

Identificación de los problemas alimentarios de la población vulnerable de Cali: análisis de las cadenas de abastecimiento y de producción

Proyecto “Cali come mejor”

Autores:

Ludovic Temple, Cirad UMR Innovation Montpellier France,

Ulrike Rippke, CIAT, Cali Colombia

Con la colaboración de: Sandrine Dury, Cirad UMR Moisa, y Jenny Peña, CIAT

Febrero de 2016

Este informe fue preparado en el proyecto CALI COME MEJOR, financiado por la *Ford Fundación*.

TEMPLE L, RIPPKE U, PENA J (coll.), DURY S (coll.) 2015, Identificación de los problemas alimentarios de la población vulnerable de Cali: análisis de las cadenas de abastecimiento y de producción. Cali Come Mejor. Reporte n°4, 48 p. Cirad, Montpellier, France y CIAT, Cali, Colombia.

Montpellier, Francia

Resumen¹

Cali Come Mejor” es un proyecto destinado a promover políticas locales y/o regionales que contribuyan eficazmente a reducir las desigualdades, a mejorar el bienestar alimentario de las poblaciones urbanas y rurales vulnerables, estrechando los vínculos entre éstas y los agricultores. Los conceptos esenciales usados movilizan el referencial de “sistema alimentario sostenible” y “transición nutricional y alimentaria” para caracterizar y analizar las condiciones y problemas encontrados en la población pobre de Cali (reporte 1). En una segunda parte movilizaron una revisión de literatura científica sobre la alimentación, una encuesta participativa con los actores públicos y privados (reporte 3). Este reporte da cuenta de los análisis complementarios usando las bases de datos identificadas.

Los resultados principales caracterizan dificultades mayores que encuentra la población vulnerable en el acceso a una alimentación suficiente y saludable. Un problema mayor se encuentra en los precios muy elevados de esos productos. El carácter elevado de esos precios se explica por la estructura oligopólica del sistema de distribución de alimentos que se concentra en las cadenas de supermercados. Otro problema reside en la falta de acceso a los mercados. Los elementos mayores de información y de conocimientos de este reporte han estructurado el programa y la organización del taller de restitución a los actores en la plataforma del 10 diciembre (reporte 5). Esta jornada permitió debatir y fortalecer una modelización de los sistemas de alimentación de la población vulnerable que se centra en los desafíos principales para las políticas públicas y en los objetivos de estudios complementarios necesarios (reporte 6)

¹ Agradecemos Roberto Cittadini investigador INTA - LABINTEX EuropaAGROPOLIS International UMR Innovación INRA-CIRAD-SupAgro por sus correcciones.

Contenido

1	Introducción.....	4
2	El sistema de abastecimiento de Cali y sus disfuncionalidades	6
2.1	Caracterización de la estructura del sistema de abastecimiento y de producción	7
2.2	Modos de abastecimiento en productos alimentarios.....	20
3	Análisis del funcionamiento del sistema de abastecimiento	28
3.1	Análisis de los precios	28
3.2	Identificación de disfuncionamientos en el sistema de distribución alimentaria	30
4	Conclusión	33
5	Bibliografía.....	35
6	Anexos	39
6.1	Anexo 1: tabla de actores	39
6.2	Anexo 2. Glosario de actores del sistema de abastecimiento.....	43
6.3	Anexo 3. Precio del tomate Cali y Columbia.....	48

Lista Tablas y Ilustración

Tabla 1: Sistema de distribución alimentario: repartición de las empresas por tipo de comercio.....	15
Tabla 2: Volumen de alimentos transados en las centrales mayoristas	18
Tabla 3: Lugar de compra según estrato socioeconómico, base 489 personas. (Fuente: OXFAM).....	22
Tabla 4 : Estructura de empresas del sistema de comercialización de alimentos de Cali	32

Ilustración 1: Origen de los productos agrícolas que son importados al Valle del Cauca para el abastecimiento de Cali. Fuente de datos: Listado de orígenes de CAVASA 2015.	9
Ilustración 2: Producción como participación acumulada por departamento del 2003 al 2013. Basado en AGRONET (2015b).	10
Ilustración 3: Participación acumulada en área cosechada en el Valle del Cauca del 2003 al 2013. Basado en AGRONET (2015b).	10
Ilustración 4: Localización de supermercados y plazas de mercados	15
Ilustración 5 : Evolución de la estructura del abastecimiento alimentario en Cali en relación con al aumento de los ingresos	21
Ilustración 6: concentración espacial de las infraestructuras comerciales.....	22
Ilustración 7 : El sistema de abastecimiento alimentario de Cali	27
Ilustración 8: Indicadores de disfuncionalidad del sistema de abastecimiento alimentario	29
Ilustración 9: Las malas noticias de precios	29
Ilustración 10: Las buenas noticias de precios.....	30
Ilustración 11 : Acceso a frutas y verduras en Cali: indicador de precio	33

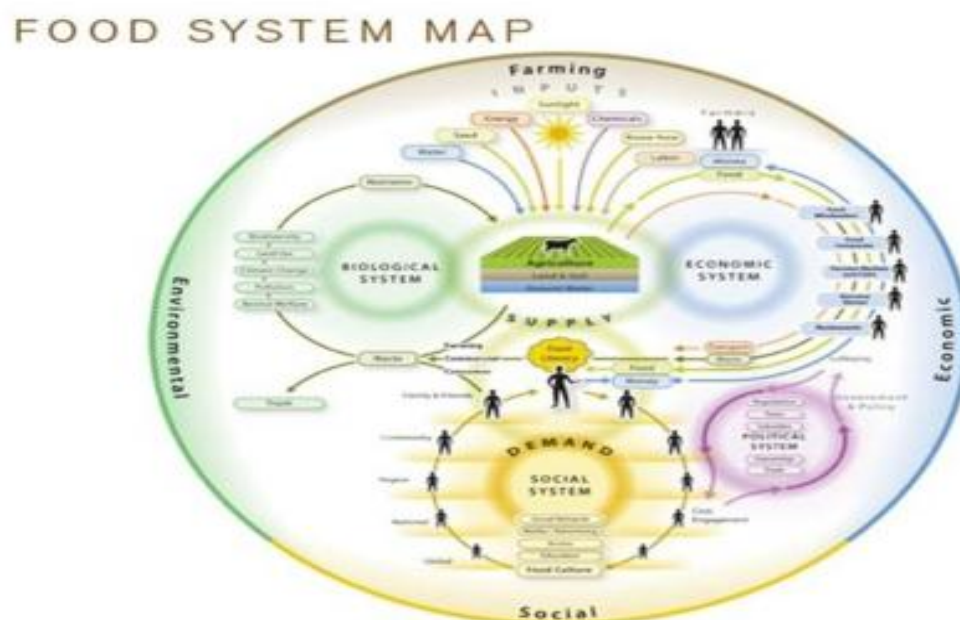
1 Introducción

La identificación y el análisis de los problemas de alimentación de la población de Cali en relación con la guía metodológica tienen como objetivo movilizar el concepto de Sistema de alimentación sostenible. Este concepto se está construyendo en el seno de la comunidad científica. Está también en el centro de foros internacionales que organizan las relaciones entre el mundo de las políticas públicas de investigación y empresas para orientar las innovaciones institucionales, organizacionales y tecnológicas que permiten una transición del proceso de alimentación de las poblaciones hacia una “alimentación que sea sostenible”. Las principales definiciones que se encuentran en la literatura científica son las siguientes:

1979: "la manera en que los hombres se organizan en el espacio y el tiempo para obtener y consumir su comida... Sistemas de alimentación son todas las actividades que contribuyen a la función de oferta en una sociedad dada "(Malassis, 1979)

1997: "todos los procesos involucrados en alimentar a una población e incluye la entrada y salida generados en cada paso. Opera dentro de un sistema alimentario y está influenciado por el contexto social, político, económico y ambiental "(Goodman, 1997)

2015: “pensamiento que se entiende, a menudo, como un enfoque que considera los sistemas de alimentos como todos los elementos del sistema alimentario que están interrelacionados y pueden ser afectados por incentivos que ajustan sus relaciones mutuas y los resultados finales de intercambio (nutrición) "(Herforth Lidder y Gill, 2015).



El uso de una definición está ligado a un contexto político, a las disciplinas o a la competencia de los investigadores involucrados. Hay dos comunidades de prácticas que usan este concepto (Touzard et al. 2013). Para la primera comunidad, el concepto constituye una

forma concreta que representa la realidad. El objetivo es su descripción y analizar su eficacia de funcionamiento. Eso permite implementar políticas de estrategias que mejoren el sistema. Para la segunda comunidad, el concepto es un modelo de representación que conduce a identificar las condiciones que se deberían realizar para que el “sistema” se transforme en una forma concreta.

El referencial analítico de “sistema” tiene como idea central que las sinergias, entre actividades, proyectos, actores aumentan la eficacia del uso de los recursos alimenticios con el objetivo de lograr una "alimentación sostenible".

De acuerdo con la utilización de este concepto en diferentes proyectos de investigaciones, proponemos movilizar un cuadro metodológico estructurado de la forma siguiente:

- Describir los componentes estructurantes del sistema
- Contextualizar las fronteras territoriales
- Analizar la organización
- Comprender la dinámica de evolución

a) Identificar el objetivo común que asegura la coordinación

De manera general, el objetivo primero de “**un sistema alimentario**” es la seguridad alimentaria de las poblaciones en relación con: la disponibilidad, utilización, accesibilidad y regularidad de la alimentación (Touzard et Temple 2014). De manera específica un “**sistema alimentario sostenible**” debe responder a dos objetivos complementarios:

- Reducir las desigualdades entre las poblaciones: clases de ingreso, rurales y urbanas, entre países, entre hombres, mujeres y niñas.
- Mejorar el medio ambiente: reducir la intensidad de emisión de carbono, residuos, la contaminación en el agua, la disminución de la biodiversidad...

En el proyecto “Cali come Mejor”, la noción de sostenibilidad está mas enfocada a la dimensión social de la población vulnerable que al impacto sobre el medio ambiente. Esta previsto enfatizar mas la parte del medio ambiente en un fase futuro del proyecto ...

b) Contextualizar el sistema con un territorio: las fronteras

La hipótesis de existencia de un sistema de alimentación sostenible es que las relaciones entre los actores dentro de este territorio son más fuertes que con el exterior de este territorio. Este territorio puede ser ubicado en “una ciudad”, pero también puede ser “regional” y “nacional”. Una vez que se han delimitado las fronteras territoriales del sistema, se analizan las relaciones entre el sistema y su entorno.

c) Describir los componentes que estructuran el sistema:

- Variables estructurantes: actores, actividades

- Variables de flujo y relación
- Circuitos y cadenas de alimentación

d) Analizar la organización de este sistema:

Se estructura la organización de un sistema de alimentación por la existencia de relaciones de complementariedad o de integraciones entre tres subsistemas:

- El subsistema de consumo alimentario de los consumidores
- El subsistema de abastecimiento y de producción de alimentos que se estructura en diferentes canales de distribución y cadenas
- El subsistema de gobernanza política.

El conjunto es que esas relaciones de complementariedad-integraciones entre los tres subsistemas permiten optimizar el uso de los recursos existentes o la generación de nuevos recursos para lograr el objetivo común.

e) Comprender la dinámica

Analizar la dinámica implica caracterizar (determinar) las siguientes variables:

- Variables de gobernanza institucional a través de políticas públicas o demandas sociales: proyecto político urbano...
- Variables cognitivas que son producidas por:
 - modelos de representación de la diversidad en la organización de la alimentación de las poblaciones
 - conocimientos sobre las causalidades entre la alimentación y la malnutrición
- Variables macroeconómicas, transiciones democráticas, mercados internacionales
- Variables de innovaciones traídas por los cambios tecnológicos y la ciencia

El cuadro de investigación movilizado en el proyecto Cali come mejor no permite realizar un análisis completo de toda las etapas mencionadas. Por supuesto, en relación con:

- el cuadro metodológico (Reporte 1),
- las informaciones de la literatura científica identificada (Reporte 2)
- las de conocimientos que salen de las encuestas (Reporte 3).

Sintetizamos los resultados sobre el conocimiento del subsistema de abastecimiento y de producción de Cali para mejorar el conocimiento de los problemas mayores que se encuentran en el abastecimiento de las poblaciones vulnerables.

2 El sistema de abastecimiento de Cali y sus disfuncionalidades

La noción de sistema de abastecimiento alimentario se construye mediante el conjunto de referencias metodológicas en economía de cadenas (Temple et al. 2011, Naoum et al, 2014).

Esta noción permite identificar y analizar el encadenamiento de los operadores económicos que realizan las etapas complementarias de producción, transporte, transformación y distribución de los productos alimentarios.

Eso permite identificar las complementariedades y las sinergias entre dichas etapas, de modo que se puedan reducir los costos de las transacciones y del comercio entre la “producción” y el “consumo”. Así pues, se pueden identificar los vínculos que permiten relacionar la demanda alimentaria de la ciudad con la oferta.

Este método sirve para definir acciones susceptibles de reforzar aquellas complementariedades favorables a la sostenibilidad del sistema, adecuar la oferta alimentaria y el precio de los alimentos.

El diagnóstico del sistema de abastecimiento, como el análisis del sistema alimentario está basado en el encadenamiento lógico de dos componentes.

Una primera parte “descriptiva” de elementos que estructuran las cadenas de abastecimiento:

- a) Las zonas de producción
- b) Los actores involucrados en el proceso de abastecimiento de la población
- c) Los flujos de productos entre actores

Una segunda parte focalizada sobre una secuencia analítica del funcionamiento del sistema para identificar las debilidades en la organización de la cadena de alimentación que abastece a la población vulnerable de Cali: consumidores, pequeños o medianos productores de alimentos en las zonas rurales.

Para realizar esos dos análisis utilizamos en este informe informaciones, conocimientos de la literatura científica y de los medios de comunicación identificados en internet e informaciones de las memorias de encuestas realizadas (cf. Reporte 1).

2.1 Caracterización de la estructura del sistema de abastecimiento y de producción

2.1.1 Zonas de producción e importación agrícola en el Valle del Cauca

La caña de azúcar y el café son los cultivos principales cultivados en el Valle del Cauca, al ocupar 46 % y el 14 % del total del área cosechada del departamento (AGRONET 2015b). En tercer lugar, en cuanto a la participación dentro del área total cosechada, se encuentran los cultivos del maíz de zona plana, el plátano y el arroz, que representan un 10 %, 6 % y 2 %, respectivamente. Con respecto a la producción en toneladas, la caña de azúcar es sin duda el producto principal con 91% de la producción dentro del departamento. Los otros cultivos, como el maíz, el plátano o el banano tienen individualmente un aporte de menos de 2 % (véase ilustraciones 2 y 3, AGRONET (2015b)). La producción de alimentos para el autoconsumo está muy reducida, debido a que la mayoría de familias trabajan en las grandes explotaciones comerciales y no destinan ni tiempo ni espacios en sus fincas para la producción de alimentos (ALCALDÍA DE CALI s.f.).

El Valle del Cauca produce aproximadamente entre el 20 % y 35 % de los alimentos que se consumen en la ciudad de Cali. El resto de los alimentos (~ 65-80 %) que se consumen en Cali viene de otros departamentos y un pequeño porcentaje del exterior de Colombia (memorias de CAVASA, Súper Inter, Éxito, IMCA).

Por tipo de producto, el porcentaje importado para el consumo de Cali puede variar. Por ejemplo, la gran mayoría de los granos (lentejas, fríjoles) viene de Tolima o del exterior (Canadá o Chile) y las frutas del interior (entrevista con Moisés Quintana de CAVASA).

Los productos básicos de la dieta caleña – el arroz, la papa, el plátano, la yuca, el tomate y la cebolla – son en su mayoría importados de otros departamentos. La producción de verduras y especialmente frutas está basada en pequeños cultivos que se ubican sobre todo en el centro y el norte del Valle del Cauca (Súper Inter, Éxito, IMCA, Prod. de VallenPaz):

Papa: Nariño, Cundinamarca, Boyacá, Medellín, Cauca; Exterior: Ecuador, Perú, Venezuela, Chile, EEUU, Holanda, China; Valle: Palmira, Pradera, Yumbo, Cali, Cerrito, Vijes, Candelaria, Dagua, Yotoco

Arroz: Casi no se vende en CAVASA y tampoco mucho en las otras galerías, en general el arroz (en riego) se produce principalmente en los departamentos Tolima (48%), Huila (14%), en el Norte de Santander (11%), Casanare (7%) y Cesar (6%) (Fuente: AGRONET (2015a), datos de 2013).

Plátano: Quindío, Pereira; Valle: Palmira, Caicedonia, Sevilla, Dagua, El Águila, Candelaria, Darién; Exterior: Ecuador

Yuca: Cauca, Quindío, Pereira; Valle: Palmira, Buga, Pradera, Dagua, Candelaria, Zarza, El Águila, El Cairo, Ansermanuevo, Darién, Sevilla, Caicedonia, Alcalá, Florida, Exterior: Ecuador

Tomate: Cauca, Nariño, Pereira, Quindío, Huila, Bucaramanga y Tolima; dentro del Valle viene de: Dagua, Palmira, Pradera, Darién, Restrepo, Candelaria, Florida, Cali, El Dovio, Tuluá, La Cumbre, Buga, Yumbo, Cerito, Guacarí, Andalucía, Caicedonia, Sevilla, Ginebra

Cebolla cabeza: Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Cauca, Bucaramanga

Cebolla larga: Bogotá, Nariño, Cauca, Caldas, Boyacá; Valle: Cerrito, Palmira, Pradera, Candelaria, Ginebra

Fuente: Listado de orígenes de CAVASA 2015

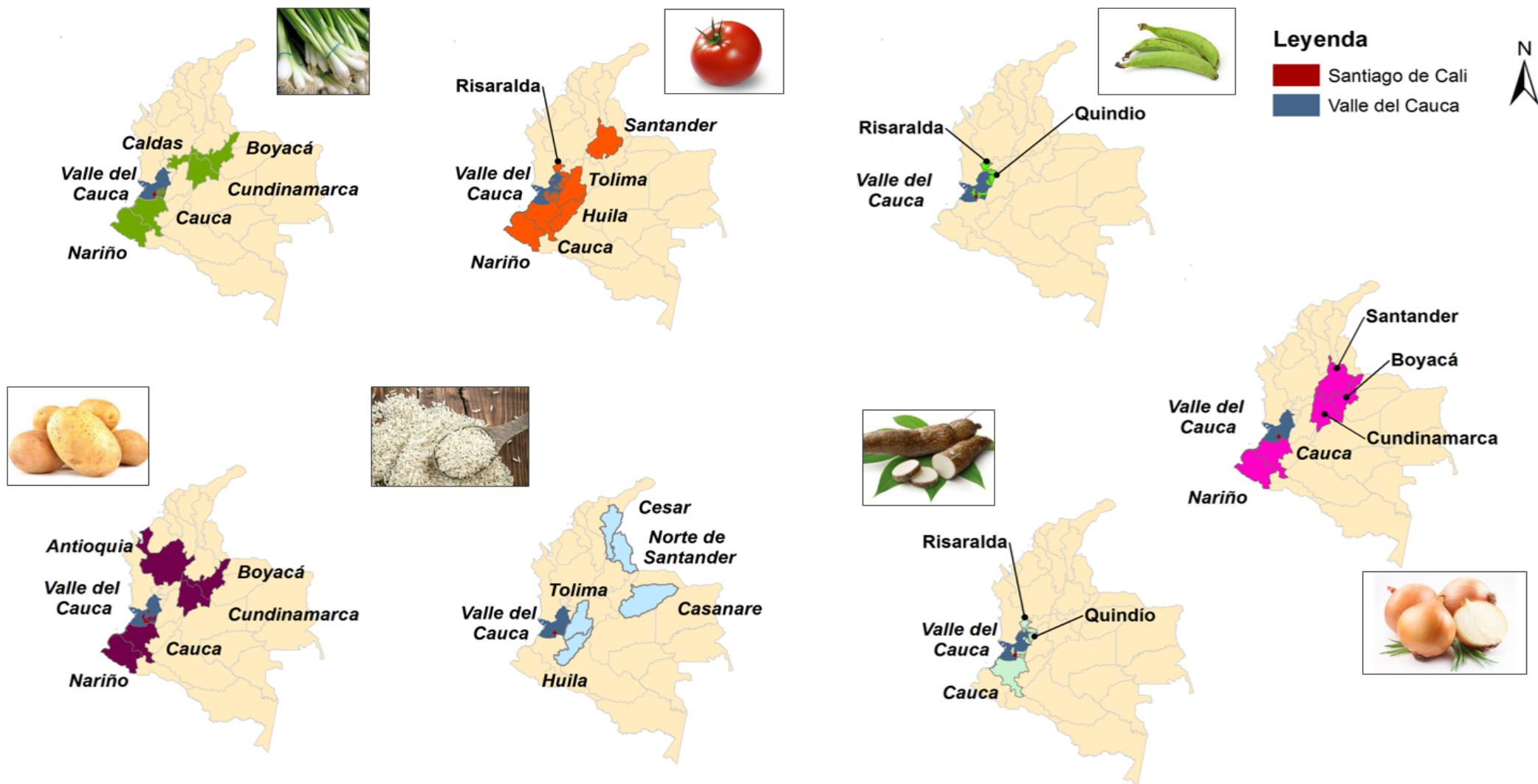


Ilustración 1: Origen de los productos agrícolas que son importados al Valle del Cauca para el abastecimiento de Cali. Fuente de datos: Listado de orígenes de CAVASA 2015.

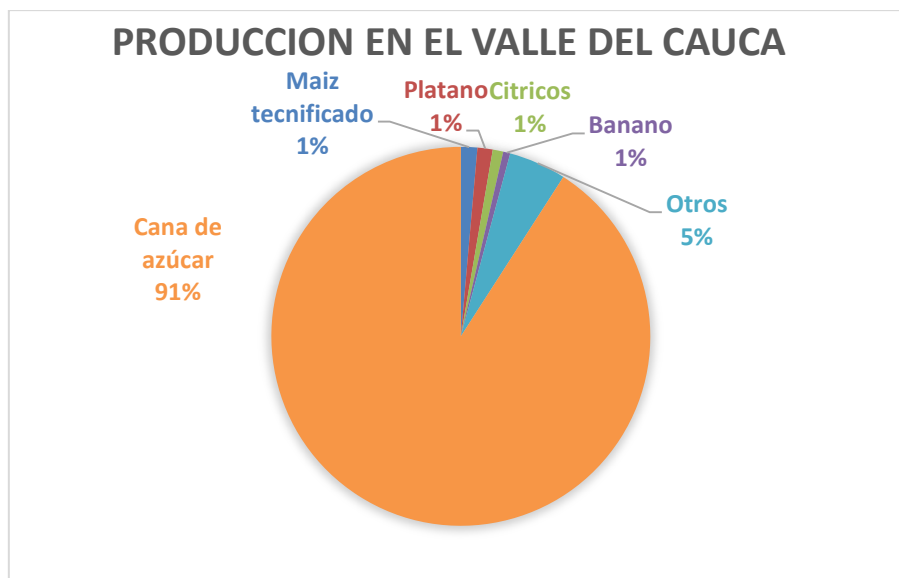


Ilustración 2: Producción (en TM) como participación acumulada por departamento del 2003 al 2013. Basado en AGRONET (2015b).

El problema de acceso a la tierra en relación con el monocultivo de la caña que concentra el uso de los suelos parece bloquear el desarrollo de la agricultura urbana de proximidad que permitiría el abastecimiento de la población o incluir productos de proximidad en este abastecimiento. Eso se traduce por un abastecimiento de la ciudad desde zonas lejanas: otros departamentos (Antioquia) u otros países (Ecuador). A raíz de esta observación, podemos establecer que los productores alimentarios de Cali tienen precios más elevados que en las otras ciudades del país.

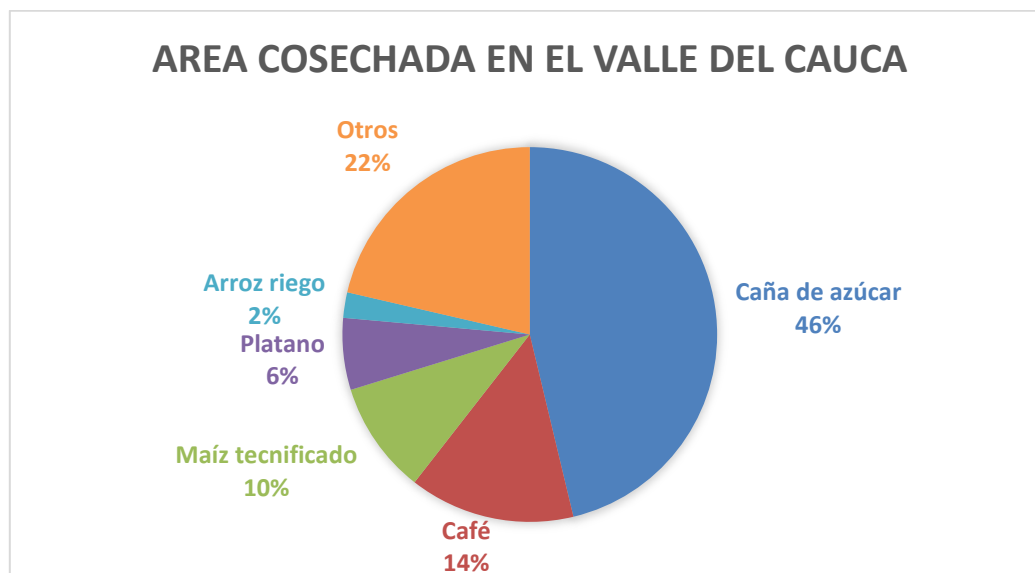


Ilustración 3: Participación acumulada en área cosechada en el Valle del Cauca del 2003 al 2013. Basado en AGRONET (2015b).

2.1.2 Actores claves del sistema de abastecimiento

En relación con la tipología de actores identificada en la estructuración de las encuestas participativas, analizamos cada tipo de actores involucrados en actividades relacionadas con procesos de abastecimiento o de producción.

2.1.2.1 Actores económicos del subsistema de abastecimiento

2.1.2.1.1 Actores de la producción agrícola y agroalimentarias.

Los productores agrícolas

Los **productores** involucrados en el abastecimiento alimentario se clasifican de manera convencional entre pequeños, medianos y grandes. En Colombia, en general, predominan los pequeños y medianos productores que aportan la mayoría de los alimentos (PERFETTI et al. 2013, LAU et al. 2011). Según la fuente, el aporte de alimentos producido por pequeños productores varía, sin embargo, entre el 50 y 65 %.

El Valle del Cauca destaca por la alta producción de la caña de azúcar en las zonas planas y la importancia de los ingenios azucareros que son dueños de la mayoría de las tierras agrícolas (PERFETTI et al. 2013) y que tienen mucha influencia sobre las estructuras políticas y económicas..

La producción agrícola en el Valle del Cauca es dominada por pequeños productores (Super Inter, SAG, IMCA) que se ubican principalmente en las zonas laderas del Valle. De hecho, los costos de logística para comercializar esos productos son elevados. A causa de la reivindicación de la mayoría del área cultivable por la caña, gran parte de los alimentos consumidos en el Valle del Cauca, y especialmente en Cali, vienen de otros departamentos.

Se implementó una caracterización de los productores basada en sus condiciones de acceso al mercado urbano:

- Los productores de la agricultura urbana (se hace la diferencia entre los productores intraurbanos y los productores periurbanos que se encuentran dentro del Municipio de Cali o en los alrededores.
- Los productores de las zonas rurales que se encuentran en la proximidad del Valle del Cauca
- Los productores de regiones lejanas y/o de otros departamentos o de otros países.

Según las encuestas, es decir, según los conocimientos de los actores encontrados en relación con sus experiencias profesionales o según las cifras que existen en diferentes informes de proyectos, la contribución de la agricultura (peri) urbana al abastecimiento de los mercados de la ciudad se situaría alrededor de 3 %. Por supuesto, esta cifra es potencialmente más elevada si se contabiliza la producción agrícola que sirve al autoconsumo de los pequeños productores urbanos o rurales.

Los pequeños productores involucrados en el abastecimiento de Cali están agrupados en tres principales organizaciones identificadas que son las siguientes:

Asociación de los productores de la Paz. La asociación reúne 40 productores del corregimiento La Paz (Municipio de Cali) y se fundó hace 7 años. Los campesinos de la Paz producen sobre todo hierbas, plantas medicinales y en pocas cantidades flores. La asociación, con su presidente Jammer Hoyos, está en proceso de establecer una organización que une todas las asociaciones de los 15 corregimientos de Cali para tener más poder de negocio en la defensa de las necesidades de los productores. Actualmente están negociando un centro de acopio para los productores del Municipio de Cali pero hasta ahora la alcaldía no les hizo caso. Por ende, los productores venden sus productos en la Calle 10#10 en el centro de Cali. Sin embargo, las condiciones de venta son precarias y está prevista la construcción de un centro comercial en esta zona, de manera que dentro de poco los productores ya no podrán comercializar sus productos allá.

Asociación de los productores de Felidia. La asociación organiza los productores del corregimiento Felidia (Municipio de Cali) y tiene alrededor de 40 miembros. Entre ellos hay productores pequeños y medianos, los grandes productores de la zona no forman parte de la asociación (no están interesados). Los productores de Felidia producen diferentes legumbres y hortalizas, sobre todo espinaca, lechuga, brócoli y calabacín.

Asociación de productores agroecológicos del Valle del Cauca. La Asociación de Productores Orgánicos del Valle del Cauca y del Cauca se fundó hace 14 años. La asociación tiene cerca de 30 miembros constantes pero en total hay más productores que están relacionados a la asociación (~300 productores). Los productores de la asociación producen una variedad de productos – lácteos de cabra, hortalizas y frutas y también hay huevos orgánicos. Ellos organizaron una red de 12 mercados agroecológicos en el Valle del Cauca (el coordinador se llama Gustavo Suárez). La gran mayoría de los productos de estos agricultores llegan a los mercados agroecológicos. En Cali se encuentra en el parqueadero de la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC) (Carrera 56#11). Sin embargo, la CVC solo les dio permiso para formar su mercado hasta finales de 2015. La ubicación del mercado en Cali es un problema permanente porque no lograron encontrar un sitio donde se puedan quedar de manera constante. Los productores están ubicados en todo el Valle del Cauca y en el Cauca. Se trata de familias campesinas que gracias al mercado orgánico han podido mejorar su calidad de vida a través de un aumento y un mejoramiento (en sentido ecológico) de la producción. En el mercado ecológico se venden los productos de manera directa del productor al consumidor, no hay intermediarios. Los productores de la asociación no venden a los supermercados, por un lado porque los productos no cumplen las normas de estética de los supermercados y por otro lado porque a la asociación no le interesa colaborar con los supermercados. Ellos quieren, más bien, tener un contacto directo con los consumidores y construir una comunidad.

La asociación ya no trabaja con una certificación orgánica oficial sino con el “sistema participativo basado en la confianza” (es un concepto internacional IFOAM). En su historia tenían una certificación oficial pero desde hace unos años no la renovaron por falta de

recursos económicos. Antes, esta cuota (entre 3-5 millones COP por productor) fue pagada unas tres veces por la CVC. La asociación decidió no renovar la certificación, no solo por falta de recursos, sino también porque el sistema de la confianza de la IFOAM ya tiene en muchos países una autorización oficial. La asociación tiene un sistema de control interno que incluye los siguientes pasos: 1) cada productor tiene un registro de producción, 2) tiene que montar un plan de extensión, 3) tiene que explicar los métodos que está aplicando y 4) tiene que describir los problemas con los cuales se ve confrontado. La asociación trabaja con el concepto de agrosistemas ecológicos – eso implica que no se trata de simples cultivos sino que se implementa el concepto integral de una finca que se basa en la multifuncionalidad. Ellos tienen una énfasis fuerte en la conservación del suelo, utilizan sólo fertilizantes ecológicos, aplican la rotación de cultivos, la asociación de cultivos y el biocontrol (este concepto está basado en la alta diversidad de variedades que generan sinergias para evitar plagas).

Las empresas agroindustriales. Esta categoría de actor de la producción no fue estudiado!!!

2.1.2.1.2 Los actores del sistema de distribución de alimentación

5 486 empresas formales aseguran la distribución de los productos alimentarios y dicha distribución genera más de 20 000 empleos. Los datos disponibles permiten diferenciar las empresas especializadas en un tipo de productos (agrícolas, carne, leche...) de las empresas que comercializan diferentes productos. El subsector de las empresas especializadas tiene casi exclusivamente pequeñas empresas de menos de 2 empleos por empresa. Se pueden diferenciar las empresas según las funciones principales en la distribución de alimentos.

Las tiendas de barrio

Son los principales distribuidores detallistas. Tienen la mayor importancia en el mercado de alimentos en Colombia y a diferencia de otros países todavía no han sido totalmente substituidas por los supermercados (Navas et al.2009). Se caracterizan por una oferta básica de productos alimentarios, una gran flexibilidad de horarios, la disposición de fiar a sus clientes y la cercanía al cliente (tanto en sentido espacial como social). Las variables relevantes para comprar en las tiendas son principalmente: la cercanía, presentaciones pequeñas de los productos y la opción de compra por unidad (Cardona y al. 2016).

Con la hipótesis que las empresas no “especializadas en alimentos” de menos de 2 empleos son principalmente tiendas de barrios, éstas se pueden estimar a más de 3000 tiendas con los datos oficiales públicos. Según el censo de Inforcomercio, realizado por Servinformación, existen 5275 tiendas de barrio en Cali. Según informaciones de actores de cadenas se puede estimar entre 10 000 y 16 000 tiendas en Cali.

Aunque las tiendas de barrio existen en barrios de todos los estratos suelen tener una importancia mayor en los barrios de estratos bajos 1, 2 y 3 (EL PAÍS 2014). Uno de los mayores problemas de las tiendas de barrio es poder respetar las normas higiénicas y fiscales (Guarín 2009).

Los tenderos tienen una asociación:

Asotenderos [<http://mercatienda.com.co/mercatienda/asotenderos.html>] que trabaja por el mejoramiento de las condiciones económicas, culturales, sociales y profesionales de sus asociados. Se busca proteger a las actividades de los tenderos a través del mejoramiento y desarrollo de una política de distribución y abastecimiento de víveres, abarrotes y mercancías en general, que igualmente alcancen a favorecer al consumidor final.

Los supermercados

El crecimiento de los supermercados en América Latina y en Colombia es general con la urbanización de los modos de vidas (Reardon et al. 2008). Este crecimiento contribuye a una transición no saludable de la alimentación con la promoción de productos industriales con muchas grasas, azúcar y las gaseosas. En otros contextos geográficos se observa que los supermercados tienen pocos impactos sobre el abastecimiento de las poblaciones más vulnerables (Figue et Moustier 2009). Sin embargo, hasta ahora su importancia con una participación en las ventas al por menor de 47 % sigue siendo menor a la de las tiendas de barrio con el 53 % (EL TIEMPO 2014).

Existen varias cadenas de supermercados grandes y supermercados de barrios (que tienen una menor oferta y muchas veces precios más bajos que los grandes). Las principales cadenas de supermercados son La 14, Éxito, Olímpica, Comfandi, Super Inter (recientemente comprado por el Grupo Éxito) y el Mercamío/Mercatodo.

De estas cadenas, Comfandi, el Super Inter y el Mercamío se direccionan más hacia el consumidor de bajos recursos, sobre todo por su ubicación en estratos bajos. Sin embargo, las cadenas Éxito y Olímpica están en el proceso de acercarse más a poblaciones de estratos bajos con una estrategia de abrir un formato de tienda de barrio o de comprar pequeñas tiendas en los barrios (EL TIEMPO 2015, PORTAFOLIO.CO 2013).

Los intermediarios mayoristas

Debido a la baja productividad, a graves deficiencias en la infraestructura de transporte y en la información de los mercados, el sistema de abastecimiento se caracteriza por la importancia de intermediarios que compran los productos de los productores y los venden a otros intermediarios o a lugares de venta final.

En el centro de la cadena tenemos a los distribuidores mayoristas que compran a productores y venden a distribuidores minoristas o también a empresas o supermercados. Por lo tanto, el intermediario puede ser una persona individual, en algunos casos raros él mismo también puede ser productor, o puede ser una empresa intermediaria.

Tabla 1: Sistema de distribución alimentario: repartición de las empresas por tipo de comercio

Número de empresas en comercio de productos alimenticios	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	TOTAL	%	
Comercio al por mayor de productos alimenticios	334	66	14	6	420	0,07	
Comercio* de alimentos, bebidas y tabaco, en puestos de venta móviles	31				31	0,01	
Comercio* de carnes (aves, productos cárnicos, pescados..)	479	26	4	0	509	0,09	
Comercio* de leche, productos lácteos y huevos	241	8	0	0	249	0,04	
Comercio* de otros productos alimenticios n.c.p.	473	15	0	0	488	0,09	
Comercio* de productos agrícolas para el consumo	655	12	0	0	667	0,12	
Comercio* no especializados (alimentos, bebidas , tabaco)	3273	31	11	5	3320	0,58	
*al por menor	TOTAL	5486	158	29	11	5684	1
Fuentes : Proyecto Cali come mejor - Tabla L. Temple-Ulrique - Datos : Cámara de comercio de Cali - 2015							

Ilustración 4: Localización de supermercados y plazas de mercados



Mapas elaboradas por el proyecto Cali come mejor. Fuente cartográfica: Secretaría Municipal de Planeación de Cali 2014, Fuente temática: Cali en Cifras 2013, información de actores.

8

Vendedores ambulantes

Los vendedores ambulantes venden productos agrícolas en las vías públicas o en espacios del tráfico vehicular y peatonal, es decir en las calles, andenes, parques, plazas públicas, lugares de espectáculos públicos (véase por ejemplo BORJA OROZCO et al. 2008).

2.1.2.1.3 Las empresas de consumo: comedores, restauración...

Los comedores comunitarios tienen como objetivo desarrollar, fortalecer y consolidar una estrategia de atención alimentaria y nutricional, proporcionando alimentos nutritivos a grupos poblacionales con problemas de desnutrición, en riesgo de padecerla y en inseguridad alimentaria, a partir del fomento de la participación comunitaria, y con ello, contribuir a abatir la carencia por acceso a la alimentación.

En Cali, actualmente se encuentran activos 25 comedores comunitarios, de los cuales 23 son abastecidos por la arquidiócesis de Cali quienes reciben alimentos provenientes del banco de alimentos de Cali y de donaciones de parroquias de la ciudad o de donaciones hechas por personas naturales. Estos 23 comedores atienden aproximadamente 1700 personas diariamente.

Por su parte, la Alcaldía de Cali, apoya a los comedores comunitarios otorgándoles el equipo de cocina necesario para el funcionamiento. En periodos anteriores, la alcaldía realizó aportes significativos para apoyar a los comedores del sector oriente de Cali, sin embargo, en la actualidad no se dispone de recursos para proveerlos de alimentos.

En esta estrategia dirigida por la pastoral social de la arquidiócesis de Cali no se dispone de asistencia nutricional, cada familia responsable de cada comedor comunitario se encarga de definir el menú, de acuerdo a los alimentos que se tienen disponibles diariamente “se cocina lo que hay”. De esta manera, por los pocos recursos y alimentos disponibles, muchas veces las comidas carecen de verduras y carne.

Pese a lo anterior, en la comuna 18 ubicada en la zona occidental de la ciudad, hay 3 comedores comunitarios que cuentan con el apoyo de una ONG, poseen recursos adicionales para compra de alimentos, asistencia nutricional, capacitaciones a los agentes comunitarios y seguimiento por parte de la Secretaría de Salud Municipal; lo cual garantiza que 360 niños de la comuna 18 tengan acceso a alimentos nutritivos y con condiciones sanitaria óptimas.

Otros dos comedores comunitarios funcionan por iniciativa de ABC Prodein, es una entidad benéfica católica que ofrece 700 almuerzos semanales en el sector oriente de la ciudad. Los recursos de sostenimiento provienen también de donaciones empresariales y particulares.

Los **comedores escolares** que en toda Colombia funcionan por El Programa de Alimentación Escolar (PAE). El PAE brinda un complemento alimentario a los niños, niñas y adolescentes de todo el territorio nacional, registrados en el Sistema de Matrícula -SIMAT- como estudiantes oficiales, financiados con recursos del Sistema General de Participaciones. Pese a que la alimentación es un derecho universal, y en este caso las familias, la sociedad y el Estado deben concurrir para garantizar el acceso universal a la alimentación escolar, la magnitud de la población escolar por debajo de la línea de pobreza en el país es muy alta, por ello es necesario aplicar una estrategia de focalización para la selección de los beneficiarios.

Los criterios de priorización para la focalización de los beneficiarios son los siguientes:

1. Instituciones educativas que prestan el nivel de educación preescolar y de básica primaria
2. Instituciones educativas con población perteneciente a grupos étnicos (indígenas, afrocolombianos, raizales) y una alta proporción de población víctima del conflicto armado.
3. Instituciones Educativas de la Zona Rural (bachillerato)

La cobertura de estudiantes en Cali es del 70 %, el próximo año se espera llegar al 90 % o 100 % de la población estudiantil. Diariamente se entregan: 189 000 raciones de desayuno en 350 sedes de Cali, 17 000 raciones contratadas por instituciones o fundaciones privadas, 2500

almuerzos para estudiantes en jornada única y 7000 almuerzos para estudiantes en jornada complementaria.

Los alimentos son suministrados por operadores quienes son seleccionados luego de presentar sus propuestas en cada municipio. En la actualidad, predomina la línea de alimentos denominados “listos o industrializados” donde se ofrece un refrigerio que contiene leche, avena, yogur u otras bebidas en bolsa y un alimento como galletas, pan o pastel.

Las instituciones beneficiadas que poseen jornada única o complementaria y reciben almuerzo, desarrollan el sistema de preparados (donde la misma institución prepara sus alimentos), según la percepción de la comunidad, los alimentos son más nutritivos y es mayor la cantidad. En el futuro se espera que cada institución cuente con su restaurante escolar en modalidad de preparados (SECRETARÍA DE EDUCACIÓN 2015).

2.1.2.2 Las coordinaciones de los actores: contratos y mercados físicos

El abastecimiento de las cadenas de supermercados se estructura principalmente por contratos: cada cadena de supermercados tiene sus propias políticas de contratos con diferentes normas de calidad y diferentes unidades de compra. Esta diversidad no favorece la transparencia sobre el conocimiento de los precios. Las condiciones contractuales son poco conocidas en Cali.

El segundo mecanismo de coordinación se estructura por los mercados físicos. Hay tres tipos de mercados físicos: los mercados mayoristas, las galerías y los mercados móviles.

2.1.2.2.1 Los mercados mayoristas

Los mercados mayoristas juegan un papel estratégico en el buen funcionamiento de los sistemas de abastecimiento alimentarios de ciudades de Colombia, principalmente Medellín y Bogotá (Maritza et al. 2012). Son centros de abastecimiento de la ciudad, sobre todo de productos frescos pero también son lugares de formación de los precios directores que permiten la coordinación entre los actores de la producción, distribución, consumo. En un mercado calificado de mayorista los vendedores son en su mayoría intermediarios, organizaciones de productores. Los compradores son mayoristas, detallistas, empresas. Hay dos principales mercados mayoristas en la ciudad de Cali

El mercado de CAVASA.

Está ubicado en las afueras de la ciudad. Allí venden sobre todo intermediarios y algunos productores grandes del Valle del Cauca y otros departamentos. Los pequeños productores no suelen vender sus productos allí debido a los costos de venta, los altos requerimientos de calidad y las pequeñas cantidades que pueden ofrecer. CAVASA es una entidad privada con control público (Entidad con Vigilancia y control Fiscal) establecida hace 40 años en la zona rural del municipio de Candelaria Valle. Los accionistas de CAVASA son: Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC), Industria de licores del Valle, Centrales de Transporte S.A, Alcaldía de Santiago de Cali, Gobernación del Valle del Cauca, Ministerio Agricultura, Universidad Icesi, Corfecampo, Emsirva, Sociedad Promotora Cafetera y

Empresas Municipales de Cali (EMCALI). Los recursos de sostenimiento de la entidad están sustentados en los cargos administrativos que deben pagar los arrendatarios y los impuestos por descarga de alimentos generados a los transportadores. CAVASA tiene un papel central en el abastecimiento del mercado institucional de la ciudad. El mercado de Cavasa ofrece 1800 empleos.

Por supuesto, en comparación con el volumen de transacción de los mercados mayoristas de las otras ciudades importantes como Bogotá (110 000 toneladas) y Medellín (79 000 toneladas), Cavasa con 20 841 toneladas es un pequeño mercado (Cf. Cuadro siguiente). Por supuesto, si este mercado es el único mercado de referencia para la formación de los precios hay dudas sobre el carácter representativo del proceso de formación de esos precios para el papel de adaptación de la oferta a la demanda. Así pues, el papel de abastecimiento de Cavasa no es suficiente y actualmente se complementa por una parte con el mercado de Santa Elena y por otra parte con las proveedurías que son centros de abastecimientos de las cadenas de supermercados sobre los cuales hay pocas informaciones.

Tabla 2: Volumen de alimentos transados en las centrales mayoristas

Cuadro 1. Volumen de alimentos transados en las centrales mayoristas

Ciudad	Central/plaza	Volumen (ton/mes)	Participación
Bogotá	Corabastos	110 200	34,3
Medellín	CMA	79 957	24,9
Bucaramanga	Centroabastos	28 593	8,9
Cali	Cavasa	20 841	6,5
Barranquilla	Barranquillita ¹	9 347	2,9
Manizales	Galería	6 200	1,9
Valledupar	Mercabastos	n.d. ²	
Subtotal		255 138	79,4
Total nacional		321 203	

Nota 1: esta fuente registra información para este mercado, pero el que se referencia en este estudio es Granabastos.

Nota 2: n.d.: no disponible.

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Boletín de prensa 12 de enero de 2010.

Galería Santa Elena

El segundo mercado mayorista de la ciudad de Cali es el mercado de Santa Elena pero que funciona como mercado mayorista principalmente en la noche. En el día Santa Elena tiene más un papel de abastecimiento de los consumidores de las comunas de proximidad que son comunas vulnerables. Santa Elena tiene así dos papeles estratégicos para el abastecimiento y la seguridad alimentaria de la población vulnerable: el de abastecer a la vez los tenderos y directamente los consumidores de las zonas vulnerables.

Ningún estudio identificado permite cuantificar el número de actores en Santa Elena y los volúmenes de transacciones. El desinterés de la política municipal por el mejoramiento de la galería de Santa Elena desde 2011 (ninguna inversión pública) se traduce en una situación

donde no se respetan las normas sanitarias. También se mencionó que eso favorece una situación de informalidad del comercio (los actores no pagan los impuestos municipales) y mafias locales. Esta situación catastrófica está ligada al problema de la situación legal de los predios (bienes públicos o fiscales) de la galería de Santa Elena que bloquea la posibilidad de inversión para mejorar las infraestructuras.

Las **Proveedurías** son sitios de venta para tenderos donde las poblaciones se pueden abastecer de productos básicos de manera económica con el fin de reducir los márgenes de intermediación entre los proveedores y las tiendas de barrio y, además, facilitar el acceso a alimentos económicos para poblaciones en áreas de bajos recursos. Las proveedurías se basan en la venta directa entre productor y tendero, sin embargo, por lo general no venden productos frescos. Fueron establecidos por la Fundación Carvajal en el Distrito de Agua Blanca y desde el año 2008 las tres proveedurías están operadas por Comfandi – Caja de Compensación del Valle del Cauca (FUNDACIÓN CARVAJAL).

2.1.2.2.2 Otras plazas de mercado y galerías

Son centros de abastecimiento donde se concentran diversos vendedores (muchos de ellos son intermediarios) de productos alimentarios, sobre todo frutas y verduras frescas. Las galerías se caracterizan por una gran oferta de productos, muchas veces con precios bajos, debido, en parte, a la menor calidad de los productos. Las galerías pueden ser sitios de abastecimiento para otros distribuidores, como las tiendas de barrio, y pueden ser sitios de venta final al consumidor - se vende al por menor y al por mayor.

En Cali, además de Santa Elena existen cinco galerías: La Alameda, Alfonso López, Porvenir, La Floresta y Siloé (El Lido) (ALCALDÍA DE CALI & DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN MUNICIPAL 2014). Las galerías en Cali se enfrentan a problemas de falta de administración gubernamental, falta de higiene y presencia de carteles de poder (EL PAÍS 2015, ALCALDÍA DE CALI 2013).

2.1.2.2.3 Mercados móviles

Son sitios de venta de alimentos, sobre todo de frutas y verduras, que se mueven por varias ubicaciones dentro de la ciudad. Los mercados móviles tienen lugar en ciertos días y horarios, quiere decir que no son permanentes. Muchas veces tienen un estado informal dado que se instalan sin permiso en sitios públicos como áreas verdes, andenes o en las calles. Las condiciones de venta suelen ser inapropiadas por las condiciones de higiene, por la (mala) calidad de los productos, por contaminación ambiental y por precios y pesas incontroladas (EL TIEMPO 1991).

El mercado móvil puede ser un sitio de venta directa del productor al consumidor, sin embargo, también hay mucha intervención de intermediarios. No obstante, están surgiendo más y más mercados campesinos o mercados móviles comunitarios que se enfocan precisamente a la venta directa del productor al consumidor y promocionan productos frescos y sanos (por ejemplo el mercado agroecológico o los mercados campesinos de OXFAM).

En Cali existen 42 mercados móviles registrados (ALCALDÍA DE CALI & DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN MUNICIPAL 2014). Se debe distinguir los mercados móviles y los mercados campesinos (Oxfam 2011). Los mercados campesinos se caracterizan por la mayor frescura de los productos, la venta directa por pequeños productores y un lugar fijo de venta.

2.1.3 Actores sociales involucrados en actividades económicas en el sistema de abastecimiento

Banco de alimentos. La Fundación Arquidiocesano Banco de Alimentos de Cali es una institución sin ánimo de lucro que desde el año 2000 colabora en la solución del problema del hambre en la región, ofreciendo una intermediación organizada e integral. Los Bancos de Alimentos son organismos sin ánimo de lucro que trabajan en pro de la Seguridad Alimentaria de los países donde operan. Reciben alimentos excedentarios de comercios, empresas o particulares, para su debida distribución entre población necesitada.

El banco de alimentos tiene empresas y personas naturales asociadas, las cuales les donan alimentos con cercana fecha de caducidad, o también, aportan económicamente a la suma por alimentar el futuro. En estos términos, cada una de las compañías les proporcionan los recursos necesarios, para que el Banco de Alimentos funcione y beneficie a las instituciones o fundaciones que apoyan a este tipo de grupos marginales, en especial, a niños de bajos recursos, personas de la tercera edad y madres gestantes y lactantes. Entre estas empresas se encuentran: Fundación ÉXITO (de almacenes ÉXITO), UNILEVER, Fundación grupo Nutresa, Federación Nacional de Avicultores de Colombia, ANDI (Gerencia de responsabilidad social empresarial) y Coca-Cola.

(Véase memoria Banco de Alimentos)

Las ONG. Aparte de esto existen varias Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) que trabajan en el ámbito de la agricultura y/o de la seguridad alimentaria, entre ellos están VallenPaz y OXFAM que son las principales que tienen actividades en el abastecimiento

- *VallenPaz* tiene actividades en proyectos de apoyo a los productores para comercializar en Cavasa y en los supermercados
- *Oxfam* apoya a la gestión de mercados campesinos

2.2 Modos de abastecimiento en productos alimentarios

2.2.1 Abastecimiento de consumidores vulnerables

Los hábitos de compra varían dependiendo de los ingresos (SECRETARÍA DE SALUD PÚBLICA, 2009). La población vulnerable adquiere los alimentos de manera diaria y en pocas cantidades lo que aumenta los costos comparado con compras en cantidades mayores (Fao, 2011). La población vulnerable de Cali compra así gran parte de los productos alimentarios en las tiendas de barrio (y de vendedores ambulantes ...), primeramente porque obtienen pocos recursos monetarios que solamente permiten la compra de día a día y en pocas cantidades. Las tiendas de barrio permiten este modo de compra y, además, existe la posibilidad de fiar – una

opción que no existe en los supermercados. Por algunos productos como las verduras y frutas la población de estrato 1 compra también en los mercados móviles (OXFAM, 2011).

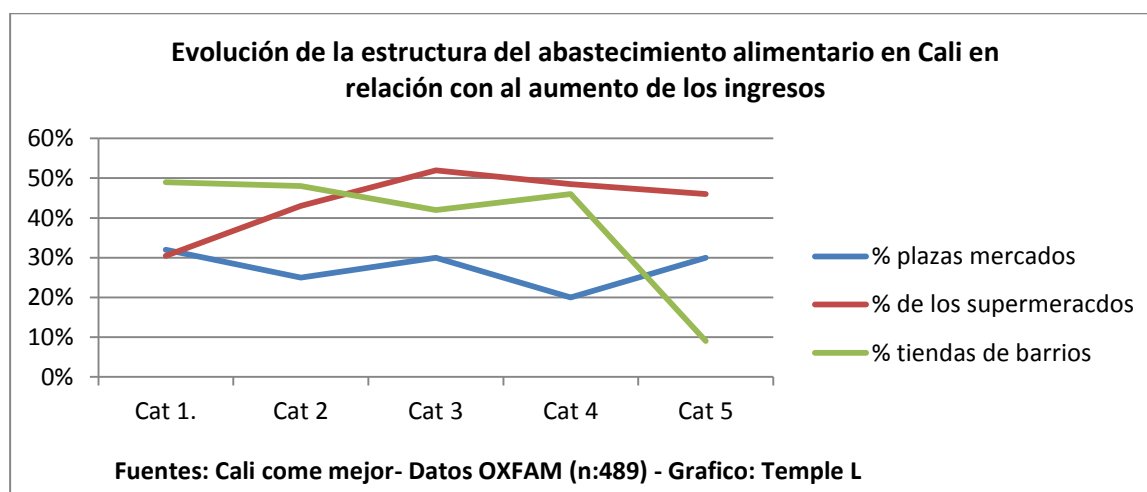
Según esta encuesta, la tienda de barrio es la principal fuente de compra de alimentos (45 %), seguido por los supermercados (35 %) y los mercados móviles o las galerías (ambos 10 %). Aparte de la disponibilidad de fiar, la tienda de barrio tiene la ventaja de la cercanía espacial que permite obtener productos sin gasto de desplazamiento (ALCALDÍA DE CALI s.f.).

El grafico siguiente muestra cómo se modifica la estructura del abastecimiento en alimentos en relación con el aumento de los ingresos. Nos permite hacer dos observaciones:

- Cuando la población vulnerable ve crecer sus ingresos hasta la categoría “tres”, aumenta sus compras en los supermercados y baja sus abastecimientos en las tiendas y los mercados físicos. La categoría de ingreso 3 es la que más se abastece en los supermercados.
- Cuando los ingresos pasan de la categoría tres a la categoría 6, el abastecimiento en las tiendas sigue bajando, pero el abastecimiento en los supermercados baja también con el aumento de las compras en los mercados físicos.

El lugar de compra varía con el lugar de residencia dentro de la ciudad: las tiendas de barrio tienen mayor peso en las zonas centro y sobre todo en el suroriente, las zonas donde se encuentran los barrios más vulnerables de la ciudad (Oxfam, 2011).

Ilustración 5 : Evolución de la estructura del abastecimiento alimentario en Cali en relación con al aumento de los ingresos (Cat = estrato)



Otro factor explicativo es que la mayoría de las cadenas de supermercados no tiene almacenes en las zonas más vulnerables de Cali (Distrito de Agua Blanca, Zona Ladera y ciertos barrios en el centro de Cali). El transporte hacia el supermercado sería entonces un costo adicional que desfavorece la compra en los supermercados. Además, no existen muchas ofertas en los supermercados que sean atractivas para la población vulnerable o los productos a precio de oferta son de baja calidad (memoria SAG). Eso explica que en esas zonas los lugares de compras de alimentos están focalizados en dos actores que son respectivamente los

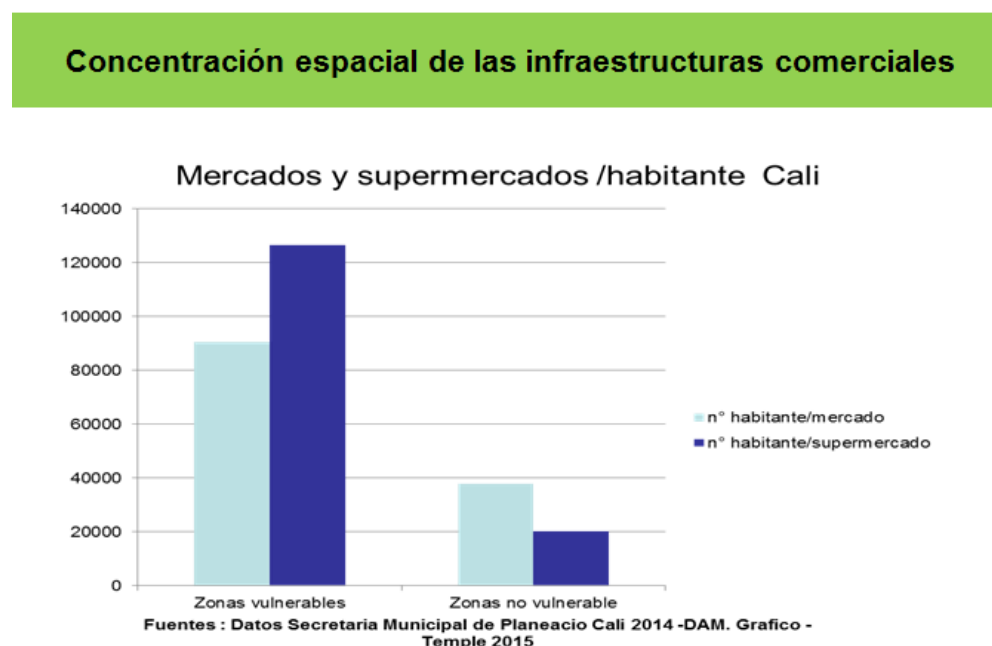
supermercados (cadena y/o barrio) y las tiendas de barrio que juegan un papel central en la proximidad.

Tabla 3: Lugar de compra según estrato socioeconómico, base 489 personas. (Fuente: OXFAM).

Lugar de compra	Estrato					
	1	2	3	4	5	6
Supermercado de cadena	27 %	52 %	75 %	76 %	74 %	98 %
Tienda de barrio	49 %	48 %	42 %	46 %	9 %	
Supermercado de barrio	34 %	34 %	29 %	21 %	18 %	
Plaza de mercado	14 %	21 %	27 %	19 %	30 %	4 %
Tienda especialista	24 %	12 %	13 %	13 %	15 %	8 %
Panadería	19 %	9 %				
Mercado móvil	18 %	4 %	3 %	1 %		

Con los mapas de localización de las plazas de mercado y de los supermercados construidas en el proyecto (Ilustración 4) hemos cuantificado el número de plazas de mercado y de supermercados en cada comuna. Como la metodología de localización es homogénea en todas las comunas podemos hacer comparación entre esas comunas. Haciendo la división de la población de cada comuna por el número de mercados y supermercado, y un promedio de esas dos cifras respectivamente en las comunas vulnerables y no vulnerables podemos construir la ilustración 6. Identificamos así que en las comunas clasificadas como vulnerables (13,14, 15, 18, 21) por habitante hay respectivamente: 3 veces menos de números plazas de mercado ,7 veces menos de números de supermercados que en las comunas de mayor estrato socioeconómico.

Ilustración 6: concentración espacial de las infraestructuras comerciales



Eso quiere decir que la población vulnerable en relación con sus ubicaciones geográficas tiene un acceso difícil a los mercados físicos pero también a los supermercados y que para realizar sus abastecimientos en alimentos esa población tiene un costo de transporte y de logística de acceso más elevado que las otras poblaciones calificadas de vulnerables que son las comunas. Es decir que la población vulnerable además de ser vulnerable tampoco tiene un buen acceso de proximidad a los productos en comparación a las comunas menos vulnerables.

2.2.2 Abastecimientos de las tiendas de barrio

La galería Santa Elena es el principal centro de abastecimiento de las tiendas de barrios. Queda más cerca que CAVASA, lo que implica un ahorro en gastos de transporte y, además, gastos de ingresos. Tienen también otros medios de abastecimientos respectivamente por medio de diferentes intermediarios y de varios proveedores en frutas y verduras o a nivel del centro de abastos que pertenece a cadenas de supermercados como Comfandi, por ejemplo. Algunas tiendas de barrios próximas a CAVASA tienden probablemente a abastecerse en este mercado mayorista pero son pocas.

2.2.3 Abastecimiento de los mercados mayoristas

La galería de Santa Elena, se abastece de una gran cantidad de intermediarios. Algunos productores también van allá para vender sus productos directamente. Sin embargo, la venta en la galería de Santa Elena es complicada porque existen carteles de poder que no permiten un acceso libre de cualquier intermediario o productor. Los costos para los “servicios de seguridad”, las llamadas *vacunas*, son bastante altas de manera que la mayoría de los pequeños productores no los pueden pagar. La venta en Santa Elena sin pagar las vacunas y sin tener el permiso de los carteles puede ser muy peligrosa teniendo en cuenta que ocurren amenazas de muerte y asesinatos. Los actores encuestados mencionaron la presencia de mafias para los siguientes productos: tomate de árbol, cebolla larga, mango, cilantro, tomate, banano, plátano. En la galería de Santa Elena, además de los problemas de acceso logístico también existen dificultades de acceso al espacio de venta: o esos espacios no están disponibles o hay que negociar con mafias.

En el mercado de Cavasa algunas informaciones cualitativas de entrevistas identifican que Cavasa se abastece principalmente en el Valle de Calle: 70 % de abastecimiento en tomate, 100 % en papa, lechuga y cebolla, 30 % en plátano. Otros productos son importados de otros departamentos como el arroz o del mercado internacional como las lentejas.

Para casi todos los actores económicos, el problema de las condiciones logísticas y de acceso a los mercados mayoristas actuales que son Cavasa y Santa Elena tienen una responsabilidad alta en los costos de comercialización que conducen a precios altos sobre los productos alimentarios. Así, el problema de la ubicación y de las carreteras entre Cavasa y la ciudad bloquean la capacidad de este mercado mayorista a abastecer la ciudad en una manera eficaz. Si bien Cavasa sigue siendo el mercado donde se forman los precios directores del sistema de abastecimiento, los costos de comercialización impiden a los detallistas que abastecen los barrios vulnerables que vayan ahí comprar. Este mercado mayorista de manera central

funciona para abastecer el mercado institucional, la restauración y una parte las cadenas de supermercados y algunas tiendas de barrio de la cercanía.

A nivel complementario, los mercados mayoristas son de difícil acceso para los productores que quieren organizarse para comercializar en común sus productos en los mercados físicos de Cali no tienen espacios organizados para eso y se ven casi obligados a comercializar en los supermercados. Como, en muchos casos, pueden con dificultad responder a las condiciones de calidad o de contratos comerciales de esos supermercados, esas dificultades limitan las inversiones de los pequeños productores en el aumento de la producción de hortalizas.

2.2.4 Abastecimiento de las cadenas de supermercados

Ciertos supermercados, como el Super Inter y el Merca Mío, compran sus productos frescos prioritariamente a los productores. Estas dos cadenas no tienen un centro de abastecimiento en la ciudad, por eso, los productores tienen que pasar cada día por todos los almacenes de la cadena para ofrecer sus productos. Otras cadenas como Comfandi o LA14 tienen sus productores aprobados y capacitados.

Dependiendo del producto y de la oferta, los supermercados también compran a intermediarios y/o de CAVASA, siempre intentando involucrar la menor cantidad de intermediarios. La compra en CAVASA tiene ciertas desventajas para los supermercados:

- ellos mismos tienen que ir hasta CAVASA para comprar los productos (mencionado por SuperInter y Éxito), y
- los productos en CAVASA son menos frescos y se venden en unidades inapropiadas para los supermercados (se venden en bultos mientras que ellos compran en kilos o toneladas). Para el caso de compra por intermediarios, los supermercados tienen por lo general ciertos intermediarios fijos para abastecerse.

El Éxito, el SuperInter y el Mercamío son cadenas que compran gran parte (entre 70 y 85 %) de sus frutas y verduras (frescas) directamente de los productores. También Comfandi o La14 se abastecen de frutas directamente del productor. Sin embargo, para estas dos cadenas son volúmenes más pequeños y con productores específicamente capacitados.

Entrevistas con informantes claves (no representativas) identifican que alrededor del 80 % del abastecimiento de los supermercados se hace por compra por contratos directos a asociaciones de productores o productores y 20 % por intermediarios como por ejemplo la empresa *Agrofresco* que compra a productores para vender a los supermercados.

La falta de armonización y de legislación de los estándares de calidad en los supermercados se traduce en una fragmentación de los mercados de compra y de venta que no aseguran las transparencias de los precios. Cada supermercado tiene actualmente diferentes normas (privadas) que forman diferentes precios de venta o a la compra (usando por ejemplo “empaques de productos diferentes”). Eso permite difícilmente a la población vulnerable (productores o consumidores) tener una idea clara sobre la situación del mercado. Por supuesto esta ausencia de transparencia es un problema de eficacia colectiva.

2.2.5 Abastecimiento de comedores comunitarios y escolares

2.2.5.1 Comedores comunitarios

Según informantes claves, algunos de los comedores comunitarios se abastecen en el Banco de Alimentos que recibe donaciones de alimentos y otros productos por parte de cadenas de supermercados, empresas y federaciones (véase memoria Banco de Alimentos). Los comedores comunitarios encuestados (La Pastoral Cali) se abastecieron por un lado en el Banco de Alimentos y por otra parte a través de donaciones monetarias. Los responsables de compra de los comedores comunitarios realizan sus compras, por lo general, en los supermercados cercanos (por las ofertas) y/o en las tiendas de barrio.

2.2.5.2 Comedores escolares

El Proyecto de la Alimentación Escolar se ejecuta solo desde el 2013 en Cali. La alimentación que se entrega no representa una comida completa sino un complemento alimenticio. Los comedores escolares pueden recibir la alimentación de dos formas diferentes, 1) alimentos empacados entregados por empresas (el “menú” completo), 2) alimentos preparados de productos frescos en las instituciones escolares (véase memoria PAE).

2.2.5.3 Otros comedores institucionales: cárceles, hospitales

La empresa *Quick & Tasty* que es el proveedor principal de refrigerios (platos preparados) de los mercados institucionales: Programa Alimentación Escolar, Bienestar Familia y las cadenas de supermercados

Los productos frescos vienen raramente de pequeños productores debido a que ellos no siempre pueden entregar las cantidades y productos requeridos y, aparte de esto, se les dificulta por el modo de pago por parte de las instituciones gubernamentales (que es cada 90 días).

2.2.6 Integración de los pequeños productores en el abastecimiento alimentario de Cali

En una situación donde hay pocas plazas de mercados accesibles a los productores (insuficiencia de las inversiones públicas en las infraestructuras de mercados en Cali), los pequeños productores intentan algunas veces comercializar en los supermercados pero la mayoría de los pequeños productores son incapaces de vender sus productos a los grandes supermercados porque no pueden cumplir ni con los estándares de calidad ni con los horarios de entrega de los grandes supermercados. Además, los precios de compras de los supermercados son muy bajos (GUARÍN 2013).

Si bien algunos actores indican que faltan organizaciones de productores para incluir los pequeños productores en el abastecimiento del mercado de productos frescos, a nosotros nos parece más bien que es por falta de oportunidades para comercializar en los mercados físicos y por los bajos precios de compra de los supermercados que quedan elementos que bloquean las inversiones de los pequeños productores para formar organizaciones colectivas de comercialización de sus productos.

Con la dificultad de acceso a los mercados, los circuitos cortos que son calificados en la literatura (revisión bibliográfica) como los principales medios que permiten integrar los pequeños productores al abastecimiento de los mercados son muy débiles en este sistema (opción del circuito corto de las cadenas de supermercado que funcionan con contratos). Un circuito corto se define como una situación sin intermediario o con máximo un intermediario en el proceso de venta desde el productor hasta el consumidor (Chifoleau, et al. 2013).

Existe en Cali un solo mercado agroecológico que permite a pequeños productores que tienen productos naturales poder abastecer la población de clase media y alta ya que la población de bajos recursos no tiene los recursos para realizar compras en este tipo de mercado. Este único mercado manejado por la asociación de productores agroecológicos existe con el acuerdo de Comfandi que autoriza el acceso a un sitio. Según las últimas informaciones Comfandis prohíbe el acceso al espacio de comercialización por lo que este único mercado podría desaparecer.

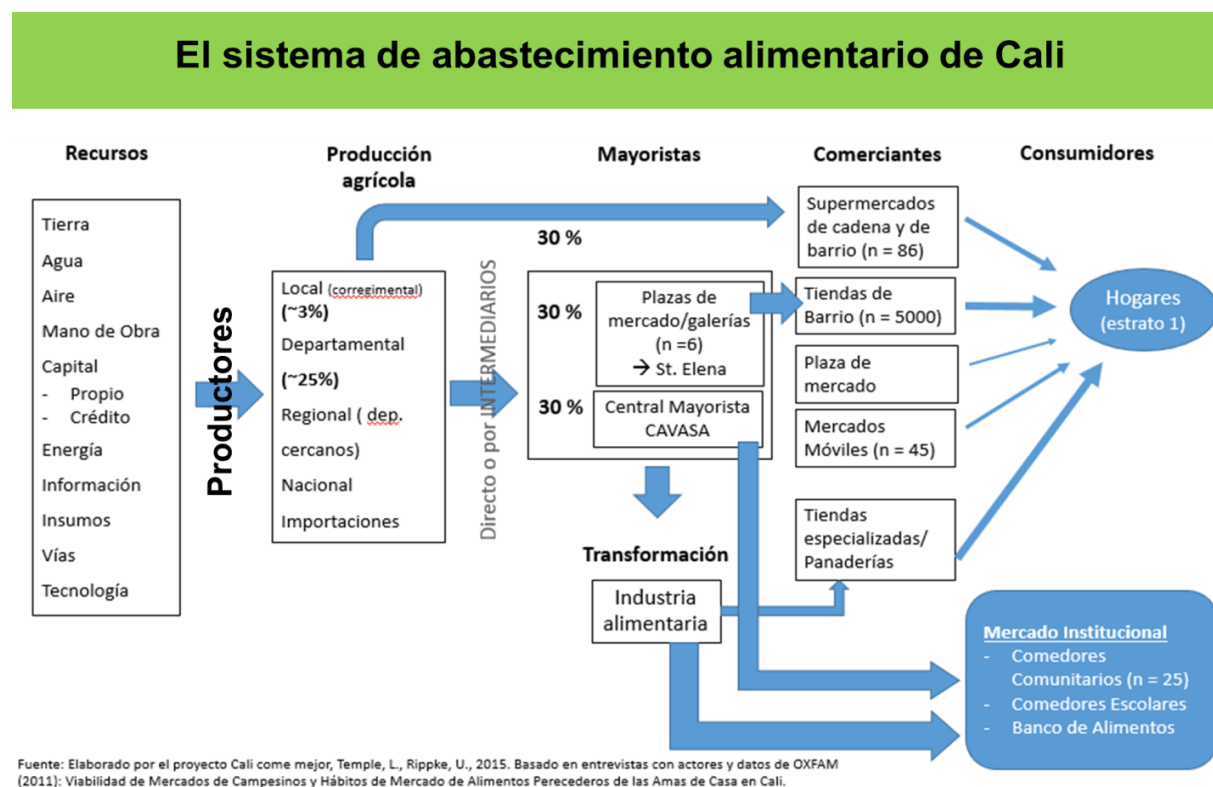
Otras ocasiones de circuitos cortos pueden ser identificadas en la situación siguiente:

- compras directas de consumidores en el centro de Cali (Calle 10#10) donde venden productores de las zonas rurales de Cali ciertos productos (hierbas, plantas medicinales, flores).
- varios mercados móviles en la ciudad pero no se ha podido comprobar cuales están realmente en funcionamiento y quienes venden y compran allí. La razón de compra es la cercanía al lugar de residencia y los precios económicos de los productos
- proyecto de Valle en Paz en el mercado de Cavasa

La identificación de todas esas ocasiones y el análisis de sus condiciones de desarrollo tendrían que ser confirmado en las próximas etapas del proyecto.

2.2.7 Representación gráfica del sistema de abastecimiento de Cali

Las diferentes informaciones y conocimientos identificados durante las entrevistas permiten establecer un primer borrador de gráfico de representación de las cadenas de abastecimiento alimentario de la población vulnerable. Los “n” indican el número de actores (vendedores, empresas) identificados en las encuestas/entrevistas o con las diferentes fuentes. Este gráfico no tiene como objetivo referirse al número de supermercados o de mercados móviles.



3 Análisis del funcionamiento del sistema de abastecimiento

El análisis del funcionamiento debe ocuparse de rastrear los lugares, ya en el espacio, ya en el tiempo, ya en las organizaciones, donde pueden encontrarse las posibles razones del problema de seguridad alimentaria de la población pobre. Estos problemas, cuando se les estudia en relación con el modelo causal y la definición de “seguridad alimentaria”, suelen girar alrededor de: el acceso, los precios, la calidad, la regularidad. En el estado presente de nuestros instrumentos teóricos y del conocimiento que hemos recabado en las bases de datos disponibles, el análisis del funcionamiento se focaliza en el uso de los bases de datos disponibles a nivel de los precios de las empresas involucradas en el sistema de distribución de alimentos.

3.1 Análisis de los precios

Aquí procederemos a un análisis de los datos disponibles sobre la evolución de los precios alimentarios en Cali, para determinar las tendencias desfavorables a la seguridad alimentaria de la población vulnerable.

Movilizamos dos fuentes de datos: respectivamente los datos del DANE sobre Cali y un análisis comparativo con un promedio de 8 otras ciudades de Colombia que son Baranquilla, Bogotá, Bucarama, Cartagena, Cucuta, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Paso, Pereira, Villavicencio.

3.1.1 Las mala noticias del indicador de precio en Cali

El índice de precio al consumidor es cada año más elevado en Cali que el promedio nacional, y eso de manera significativa entre 2010 y 2012 y las informaciones que tenemos sobre los años 2013, 2014 indican que esa diferencia aumenta con el tiempo.

Eso significa que la población vulnerable de Cali tiene, de manera general, menos acceso económico a los productos alimentarios, ya que los ingresos en la ciudad no son más altos que en otras ciudades².

Si nos interesamos por los precios de los productos importantes para una alimentación saludable como los jugos naturales: el diferencial de precio entre los jugos en Cali y los jugos de las otras ciudades es más amplio que el diferencial de los precios de todos los otros productos.

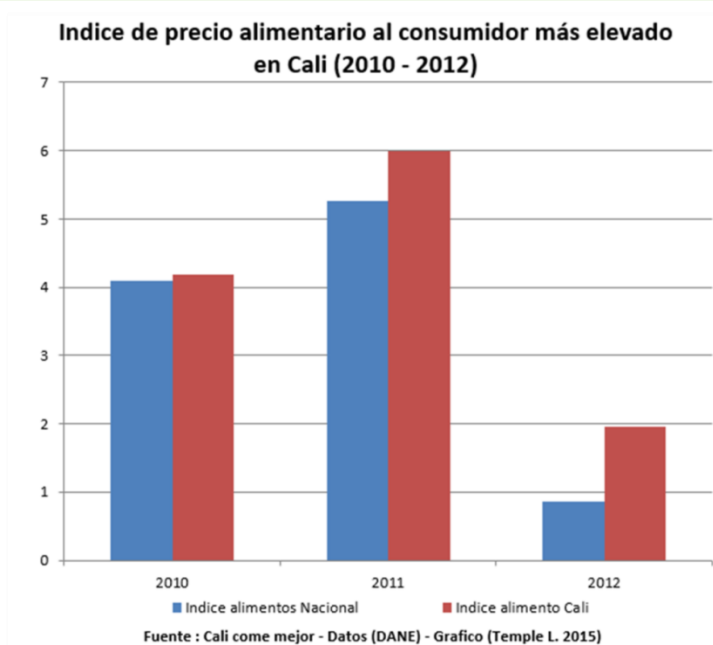
Si nos interesamos por la diferencia de precio de un promedio de 20 productos (frutas y verduras): el diferencial de precio entre Cali y las otras ciudades es más amplio que el diferencial precedente sobre los jugos naturales.

El acceso a los productos saludables que son los jugos de frutas y de las frutas es mucho más difícil para las poblaciones vulnerables en Cali que en cualquier otra ciudad del país. Eso en un contexto donde el nivel de los ingresos de la población de Cali es más bajo que en las otras ciudades del país (Pena J., 2015).

² Por ejemplo, el salario mínimo de Cali es más bajo que en otras ciudades del país: Bogotá.

Ilustración 8: Indicadores de disfuncionalidad del sistema de abastecimiento alimentario

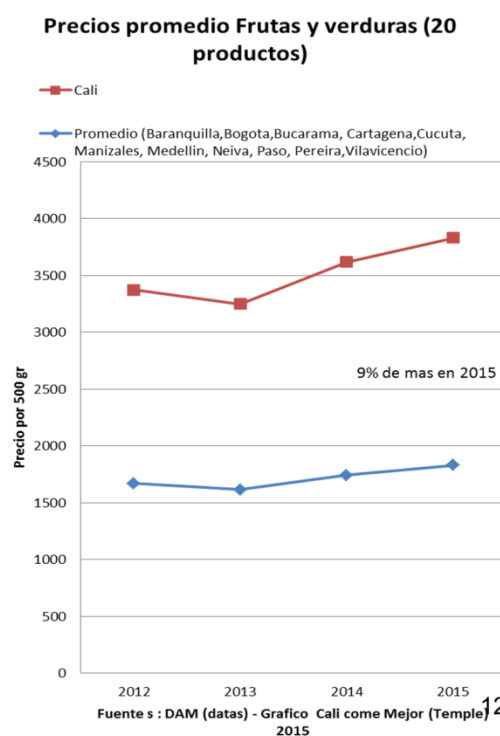
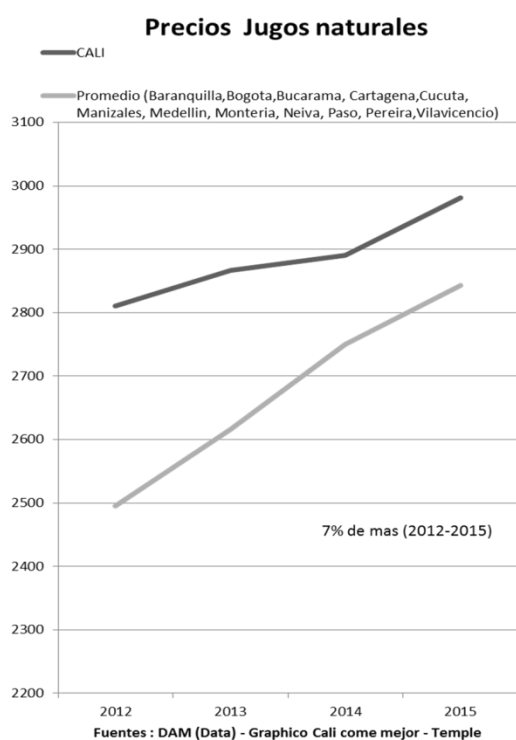
Indicadores de disfuncionalidad del sistema de abastecimiento alimentario



11

Ilustración 9: Las malas noticias de (algunos) precios

Las malas noticias de precios



12

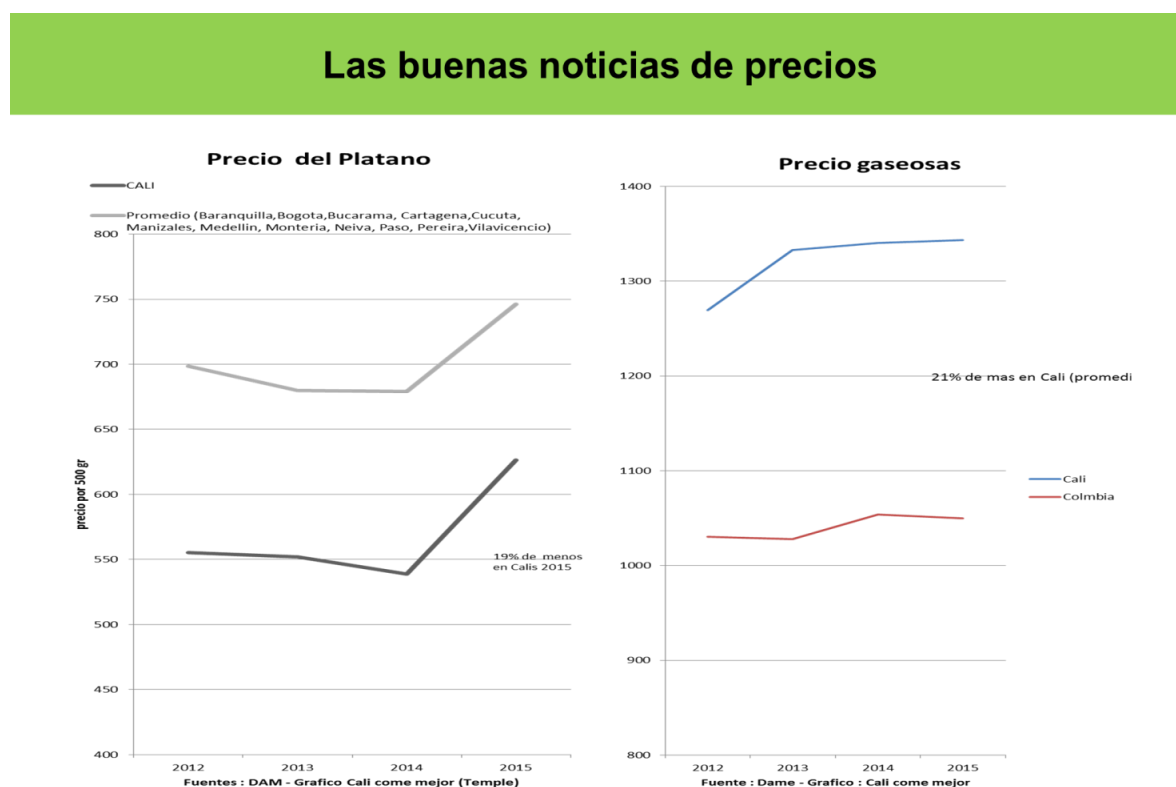
3.1.2 Las buenas noticias de los precios

Las observaciones precedentes son promedios de una canasta de alimentos. Dentro de esta canasta hay situaciones particulares según los productos. Hemos buscado algunas de esas situaciones y encontramos dos buenas sorpresas para una alimentación saludable de la población vulnerable.

Primera buena noticia: los precios del plátano son 20 % más bajos para el consumidor de Cali que para el de las otras ciudades. Eso se comprueba con otros productos básicos y muestra que la población vulnerable de Cali tiene un buen acceso comparativo a productos energéticos. Otra buena noticia: el diferencial de precio entre Cali y las otras ciudades sobre el tomate no es tan importante en el largo plazo (Anexo 7).

Segunda buena noticia: los precios de las gaseosas son 20 % más elevados en Cali que en todas las otras ciudades. Eso quiere decir que la población vulnerable no tiene un buen acceso a esos productos que nos son buenos para la salud.

Ilustración 10: Las buenas noticias de (algunos) precios



13

3.2 Identificación de disfuncionamientos en el sistema de distribución alimentaria

El resultado sobre los precios (relativamente altos) de las gaseosas podría parecer extraño porque la industria de producción de Gaseosas de Colombia está principalmente concentrada en Cali y exporta a las otras ciudades. Esta observación nos conduce a establecer la hipótesis que el disfuncionamiento mayor del sistema de abastecimiento alimentario se logra con el sistema de distribución de los alimentos. Para comprobar esta hipótesis hemos analizado los

datos disponibles sobre la estructura de la oferta del sistema de distribución de los alimentos en la ciudad de Cali.

Movilizando la base de datos de la Cámara de Comercio sobre 5 600 empresas del sector de la comercialización de los alimentos en Cali. Usamos dos indicadores de análisis de concentración de las cadenas de distribución que son respectivamente: los activos y los empleos. Eso nos permite construir la tabla 4 y las observaciones siguientes:

- 11 empresas de comercio de alimentación (cadenas de supermercados principalmente) representan menos de 1 porcentaje del total de las empresas de este sector, pero realizan:
 - 85 porcentaje de los activos
 - 41 % del empleo del sector
- 5486 microempresas (menos de 2 empleos por empresa) que son las tiendas de barrios principalmente y que abastecen en su mayoría a la población vulnerable constituyen un 96% del total de las empresas del sector, pero realizan
 - 43 % del empleo (más que los supermercados)
 - solamente 2 % de los activos.

Entre los dos grupos, es decir el nivel de los otros intermediarios hay pocas empresas.

En relación con esas observaciones cuantitativas establecemos la hipótesis de que las cadenas de supermercados manejan alrededor de 60 à 70 % de la distribución de la alimentación de la población vulnerable pobre (hemos visto que las tiendas de barrio se abastecen en parte en las cadenas de supermercados). Esta hipótesis define claramente una situación que se califica en economía de “oligopolio”.

Un oligopolio es un mercado dominado por un pequeño número de vendedores o prestadores de servicios, debido a que hay pocos participantes en este tipo de mercado. En un oligopolio se establece una situación de equilibrio en el grupo de oferentes, con lo cual deja de existir competencia de mercado... Lo trascendente por tanto, en el oligopolio, es la falta de competencia real, lo cual afecta a los consumidores (demandantes de bienes o servicios). Por medio de su posición, las empresas oligopólicas ejercen poder de mercado provocando efectos negativos para los consumidores entre los que se cuentan: que los precios sean más altos, la producción sea inferior, bajos niveles de calidad o impidiendo el ingreso de nuevos oferentes.

Hay dos impactos mayores de un oligopolio sobre el funcionamiento de un sistema de alimentación. La primera es que la competencia en realidad no existe. El comercio está destinado a un número limitado de oferentes (Empresas), ya que éstas manejan más del 60-70 % del mercado. La segunda es que se utiliza mucho el dumping (bajar los precios, incluso por debajo de los costos de producción es decir los precios de compra a los productores), es decir una estructura de mercado donde hay pocos vendedores frente a bastantes compradores.

La situación de oligopolio permite explicar que las condiciones de contratos entre los supermercados y los productores sean muy difíciles para los productores que no tienen

muchas oportunidades de comercialización. Eso favorece más a los grandes productores que pueden responder a los contratos.

En esta estructura de mercado, desde un punto de vista teórico, se sabe que la poca transparencia no permite la correlación entre los precios a los consumidores que pueden subir y los precios a los productores que pueden bajar al mismo tiempo (lo que se puede observar para las gaseosas).

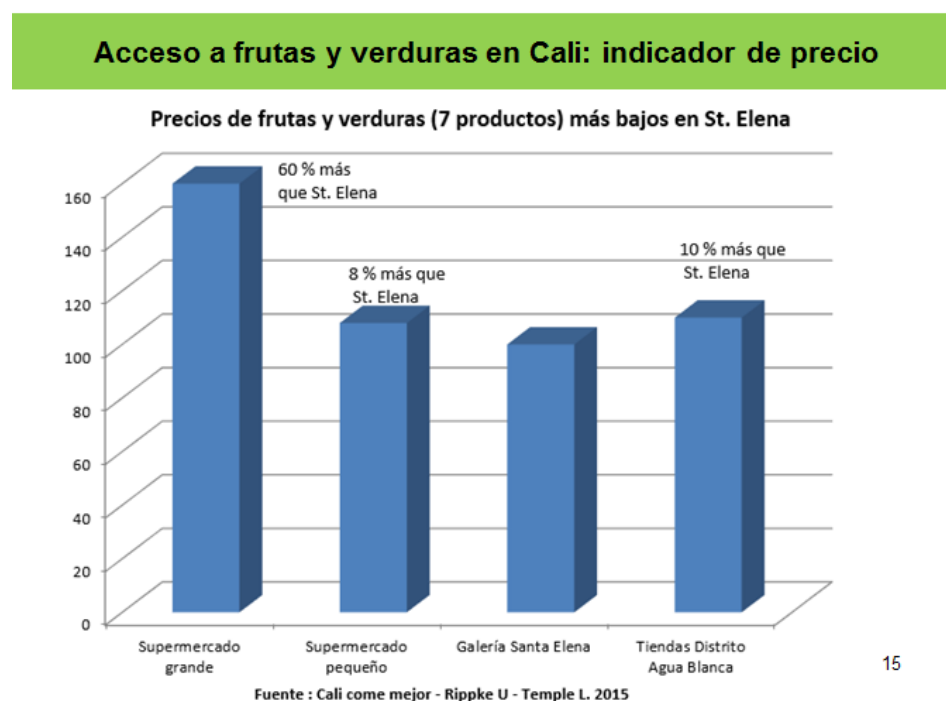
Por supuesto eso explicaría que los precios de los alimentos en la ciudad son muy elevados (lo que hemos verificado haciendo la comparación con las otras ciudades del país) y que los precios a los agricultores son muy bajos. Por supuesto esos no tienen incentivos a inversiones en la comercialización de sus productos para abastecer el mercado de alimentación. Con una encuesta directa sobre algunos productos realizada en el proyecto, mostramos en el gráfico siguiente que los precios en los supermercados grandes o pequeños son muchos más altos que en las tiendas y en el mercado de Santa Elena.

Tabla 4 : Estructura de empresas del sistema de comercialización de alimentos de Cali

Estructura de empresas del sistema de comercialización de alimentos en Cali						
		Nbr. Empleo promedio	Nbr.Total	%	%	%
		por empresa	empleo	empleo	empresa	activo
Micro	5486	1,6	8778	0,43	96,5	2
Pequeña	158	11,6	1833	0,09	2,8	6
Mediana	29	46	1334	0,07	0,5	7
Grande	11	766	8426	0,41	0,2	85
Total	5684		20370	1	100	100

El oligopolio quiere decir también que los márgenes de comercialización que agarran los supermercados son muy elevadas. Por otra parte, significa que el problema del sistema de abastecimiento de la ciudad de Cali no son los intermediarios sino que no hay suficiente número de intermediarios y competencia en el sistema de comercialización de alimentos para que el sistema de precios realice sus funciones principales de ajustar la oferta a la demanda.

Ilustración 11 : Acceso a frutas y verduras en Cali: indicador de precio



15

4 Conclusión

El estudio descriptivo/calitativo y de funcionamiento del subsistema de abastecimiento y de producción de alimentos incluyendo el proceso de abastecimiento de la población vulnerable permite identificar las dificultades mayores que encuentra esa población en el acceso suficiente a una alimentación saludable - con productos frescos. Un problema mayor se encuentra en los precios muy elevados de esos productos en un contexto donde los ingresos de la población vulnerable de Cali son más bajos que en las otras ciudades. El carácter elevado de esos precios se explica por la estructura oligopólica del sistema de distribución de alimentos que se concentra en las cadenas de supermercados. Otro problema reside en la falta de acceso a los mercados en las comunas de bajo estrato social que se traduce con un costo de transportes y logístico más elevado para la poblaciones vulnerables que para las otras poblaciones. Las tiendas son el principal lugar de abastecimiento de las poblaciones vulnerables pero hemos visto que esas tiendas se abastecen por una parte en el mercado de Santa Elena que tiene problemas de calidad sanitaria y por otra parte en las cadenas de supermercados donde los precios de venta son elevados. Los circuitos que permiten a los pequeños productores de las zonas de proximidad abastecer la ciudad en alimentos son identificados en algunas situaciones pero siguen siendo marginales. El único mercado de productos agroecológicos que permite a los pequeños productores una comercialización directa tiene actualmente dificultades con la falta de acceso al lugar de venta. Los elementos

mayores de información y de conocimientos de este reporte han estructurado el programa y la organización del taller de restitución a los actores en la plataforma del 10 diciembre. Esta jornada permitió debatir y fortalecer una modelización de los sistemas de alimentación de la población vulnerable que se centra en los desafíos principales para las políticas públicas y en los objetivos de estudios complementarios necesarios.

5 Bibliografía

ALFONSO PIÑA WH, PARDO MARTÍNEZ CI, 2014. Urban material flow analysis: An approach for Bogotá, Colombia. *Ecological Indicators*. 42: 32-42.

AGRONET (2015a): Principales departamentos productores en 2013. Disponible en: http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/repparamnuke_2011.asp?cod=28, verificado el 5/20/2015.

AGRONET (2015b): Producción agrícola por departamento (2003-2013). Disponible en: http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/repparamnuke_2011.asp?cod=138, verificado el 5/20/2015.

ALCALDÍA DE CALI (2013): Municipio busca modelo de administración para plazas de mercado.

http://www.cali.gov.co/publicaciones/municipio_busca_modelo_de_administracion_para_plazas_de_mercado_pub

ALCALDÍA DE CALI (2014): Cali en Cifras 2013. http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2013.pdf, verificado el 4/9/2015.

ALCALDÍA DE MEDELLÍN, UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. (2011). Síntesis del diagnóstico y diseño del Plan de Abastecimiento y Distribución de Alimentos para la Ciudad de Medellín. Medellín: PADAM.

ÁLVAREZ, M., MANCILLA, L. Y CORTÉS, J. (2007), Caracterización socioeconómica y seguridad alimentaria de los hogares productores de alimentos para el autoconsumo, Antioquia-Colombia. *Agroalimentaria*. 12 (25). Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-035420070002000008&script=sci_arttext

BERDEGUÉ JA, CARRIAZO F, JARA B, MODREGO F, SOLOAGA I, 2015. Cities, Territories, and Inclusive Growth: Unraveling Urban–Rural Linkages in Chile, Colombia, and Mexico. *World Development*. 73: 56-71.

BOJACÁ CR, SCHREVEENS E, 2010. Energy assessment of peri-urban horticulture and its uncertainty: Case study for Bogota, Colombia. *Energy*. 35 (5): 2109-2118.

BORJA OROZCO, H. et al. (2008): Actitudes del vendedor ambulante de la localidad de Chapinero frente a sus condiciones laborales y políticas. In: *Diversitas*, vol. 4 (2), pp. 279–290.

CARDOBA, M. Cruz M., Carmen Elisa Lerma.(2016). Decision de compra en tiendas de y supermercados. Evidencias de consumidores por estratos en Cali. *Revista Global de Negocios*, vol. 4, no 2, p. 97.

CHIFFOLEAU Y., TOUZARD J.-M., 2013. Understanding local agri-food systems through advice network analysis. *Agriculture and Human Values*. Vol 29, n°2.

COLONNA P, FOURNIER S, TOUZARD JM, 2013. Food systems, In Food System Sustainability. Esnouf, Russel, Bricas (eds), Cambridge University Press, 69-100.

DUFOUR DL, BENDER RL, REINA JC, 2015. Local Trends in Diet in Urban Colombia, 1990-1995 to 2008: Little Evidence of a Nutrition Transition Among Low-Income Women. *American Journal of Human Biology*. 27 (1): 106-115.

EL PAÍS (2014): La tienda de barrio, un negocio que sigue siendo rey en Cali. <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/tienda-barrio-negocio-sigue-siendo-rey-en-cali>:

EL PAÍS (2015): Preocupación por deterioro de plazas de mercado de Cali. <http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/reclamos-por-falta-reinversion-plazas-mercado-cali>:

EL TIEMPO (1991): Mercados in-móviles. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-219927>:

EL TIEMPO (2014) Tiendas de barrio tienen el 53 por ciento del comercio minorista. <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/aumentan-compras-en-tiendas-de-barrio/14681117>:

EL TIEMPO (2015): Éxito y Olímpica, de compra en los barrios. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/supermercados-en-colombia-/15193880>:

FAO (2010): Análisis socioeconómico de tiendas de alimentos en áreas urbanas de bajos recursos en Latinoamérica. Caso Colombia. Disponible en: http://www.die-gdi.de/uploads/media/analisis_tiendas_alimentarias_caso_colombia_2.pdf, verificado el 4/14/2015.

FIGUIÉ M., MOUSTIER, P. (2009). Market appeal in an emerging economy: Supermarkets and poor consumers in Vietnam. *Food Policy*, 34(2), 210–217.

FUNDACIÓN CARVAJAL (s.f.): Distrito de Aguablanca. Disponible en: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=item&id=47:distrito-de-aguablanca&Itemid=4&lang=es:

GOODMAN, D., AND M. WATTS (eds.). 1997. *Globalizing Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*. London and New York: Routledge. Paul L. Niebanck

GUARÍN, A. (2009). Las tiendas de barrio: aliadas para alimentar a las zonas urbanas pobres en Colombia. Guía de políticas y líneas de acción para alcaldías y planificadores urbanos FAO, Rome.

GUARÍN, A. (2013). The Value of Domestic Supply Chains in an Age of Global Food Production: Producers, Wholesalers, and Urban Consumers in Colombia. *Development policy review*, 31 (5):511-530.

LAU, C. et al. (2011): Agricultura Colombiana: Adaptación al Cambio Climático, CIAT.

http://dapa.ciat.cgiar.org/wp-content/uploads/2013/02/politica_sintesis1_colombia_cambio_climatico.pdf:

MALASSIS L. (1979). *Economie agro-alimentaire Tome 1*. Paris, Cujas 402p.

MARITZA RODRÍGUEZ REYES. 2012. La función de los mercados mayoristas en los centros urbanos de Colombia. Proyecto de cooperación técnica TCP/COL/3202: “Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales”.FAO, 32 p.

NAVAS, C. A., MORALES, D. P., & PLAZAS, E. R. (2009). ¿Por qué las tiendas de barrio en Colombia no fracasaron frente a la llegada de las grandes cadenas de supermercados? *Revista Entornos* (21), 37- 50

NAOUM K. TSOLAKIS A, CHRISTOS A. KERAMYDAS, AGORASTI K. TOKA (2014). Agrifood supply chain management: A comprehensive hierarchical decision-making framework and a critical taxonomy. *Biosystems engineering* 1 e1 8.

OECD (2015): Revisión de la OCDE de las Políticas Agrícolas: Colombia 2015. Evaluación y Recomendaciones de Política. Disponible en: <http://www.oecd.org/countries/colombia/OECD-Review-Agriculture-Colombia>.

OXFAM (2011): Viabilidad de Mercados de Campesinos y Hábitos de Mercado de Alimentos Perecederos de las Amas de Casa en Cali. Cali.

PERFETTI, J. et al. (2013): Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia. FEDESARROLLO. http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC_Web.pdf:

PORTAFOLIO.CO (2013): Supermercados siguen tras las tiendas de barrio. Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/alianza-supermercados-y-tiendas-barrio>:

REARDON, T., & BERDEGUÉ, J. A. (2008). *The Retail Led Transformation of Agrifood Systems and its Implications for Development Policies*.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN (2015): Intervención de Secretario de Educación de Cali la Primera Mesa Pública del PAE 2015 Cali. https://www.youtube.com/watch?v=SaO51_2BEoU, verificado el 5/21/2015.

SECRETARÍA DE SALUD PÚBLICA (2009): Estudio explorativo de percepción de seguridad alimentaria Cali. http://calisaludable.cali.gov.co/saludPublica/2011_SeguridadAlimentaria/Documentos/Estudio_de_percepcion_SAN_Cali_2009.pdf, verificado el 4/8/2015.

SILVA GUERRA, H. (2012): Panorama del negocio minorista en Colombia. In: *Pensamiento y gestión* (32), pp. 115–141.

TEMPLE L., LANÇON F., PALPACUER F., PACHÉ G. (2011). Actualisation du concept de filière dans l'agriculture et l'agroalimentaire. Economies et sociétés. Série Systèmes agroalimentaires (33). <https://halshs.archives-ouvertes.fr/hal-00802690/document>

TOUZARD JM. 2013. Urban Food System in the World of Conventions . International conference on innovations in urban food systems. Montpellier 28-29 October

TOUZARD J.-M., TEMPLE L., 2012. Sécurisation alimentaire et innovations dans l'agriculture et l'agroalimentaire : vers un nouvel agenda de recherche ? Cahiers Agricultures, Vol 21, n° 5 : 293-301.

FAO (2014). Agricultura Familiar. http://www.fao.org/family-farming-2014/%20home/what-is-family-farming/es/?fb_locale=nl_NL

6 Anexos

6.1 Anexo 1: tabla de actores

6.1.1 Actores

económicos

6.1.2

Aspecto	Actores que lo mencionaron
Costos de transporte	Asoc. de Prod. de la Paz, Asoc. De Prod. de Felidia
Carteles de poder por parte de los intermediarios y en las galerías	CAVASA, Super Inter, Asoc. De Prod. de Felidia, Administración Santa Elena, Prod. de VallenPaz
Distribución monopolizada en ciertos productos	Administración Santa Elena, Prod. de VallenPaz
Estructuras políticas direccionadas hacia productores y distribuidores grandes, falta de voluntad política	Asoc. De Prod. de Felidia, Asoc. de Prod. Agroeco., Prod. de VallenPaz
Tenencia de la tierra	Asoc. de Prod. de la Paz
Restricciones legales por el uso del suelo: áreas protegidas y reservas forestales	Asoc. de Prod. de la Paz, Asoc. de Prod. de Felidia
Acceso al agua en zonas secas o en temporadas de sequía	Asoc. De Prod. de Felidia
Costos y disponibilidad de semillas e insumo	Asoc. De Prod. de Felidia, Prod. de VallenPaz
Insuficiente apoyo en la producción:	Asoc. de Prod. de la Paz, SAG, Prod. de VallenPaz
- Malgasto de recursos por sub-contratación	Asoc. de Prod. de la Paz, Prod. de VallenPaz
- Corta duración de los proyectos	SAG
- Falta de apoyo en las buenas prácticas agrícolas	Éxito
- Falta de apoyo del gobierno municipal en conseguir fondos de proyectos nacionales	Asoc. De Prod. de Felidia
- Falta de tecnologías modernas (riego, invernaderos)	IMCA
- Falta de apoyo en tiempos (en caso) de problemas climáticos (sequías, mucha lluvia)	Prod. de VallenPaz
Insuficiente apoyo en la comercialización:	Asoc. de Prod. de la Paz, SAG, Éxito
- Una plaza de mercado con libre acceso (sin carteles/mafias) con ubicación central	Asoc. de Prod. de la Paz, Asoc. De Prod. de Felidia, Asoc. de Prod. Agroeco. Prod. de VallenPaz
- Opresión y planificado desplazamiento de los productores que venden en la Calle 10#10 (centro)	Asoc. de Prod. de la Paz
Falta de organización entre los pequeños productores y/o entre asociaciones de productores → poco poder de negociación	Asoc. de Prod. de la Paz, Prod. de VallenPaz, Asoc. de Prod. de Felidia, SAG
Alto poder de los supermercados (productores tienen que	Asoc. de Prod. de la Paz, Prod. de

recoger productos no vendidos y donados), formas de pago de los supermercados, grandes cantidades	VallenPaz, Asoc. De Prod. de Felidia
Difícil acceso a los supermercados para los pequeños productores, cuando tienen acceso tienen que pasar por todos los almacenes de la ciudad	Asoc. de Prod. de la Paz, Super Inter, Prod. de VallenPaz
Costos de transporte → alta dependencia de los intermediarios por parte de los pequeños productores	Asoc. de Prod. de la Paz, Prod. de VallenPaz, Asoc. de Prod. de Felidia, Éxito
Altos precios para poder vender productos en las galerías (sobre todo Santa Elena)	Asoc. de Prod. de la Paz, Prod. de VallenPaz, Asoc. de Prod. de Felidia
Altas variaciones de precios de los productos	Asoc. de Prod. de la Paz
Acceso inadecuado a créditos para productores pequeños	Prod. de VallenPaz, SAG
Falta de control, ordenamiento e inversión gubernamental en las galerías (sobre todo en Santa Elena)	Administración Santa Elena, Éxito
Altos niveles de inseguridad en las galerías (Santa Elena)	Prod. de VallenPaz, Asoc. De Prod. de Felidia, Asoc. de Prod. de la Paz, Administración Santa Elena
Alto nivel de informalidad de las tiendas de barrio que venden productos de origen desconocido a precios demasiado bajos, falta de higiene	Comfandi, Éxito
Malas condiciones físicas e higiénicas de las galerías	CAVASA
Ubicación y conexión desfavorable (vías inadecuadas) de CAVASA	CAVASA
Falta de regulación de estandarización normativa de la calidad de productos (los supermercados se aprovechan del desorden)	CAVASA, Comfandi
Caos y complejidad de decretos acerca de normas para la comercialización	CAVASA
Alta competencia de precios por la presencia fuerte de cadenas de supermercados	Comfandi
Falta de regulación para los empaques de los productos (los supermercados se tienen que ocupar de esto)	Éxito
Altas pérdidas en los procesos de poscosecha	Éxito
Producción de caña de azúcar en grandes partes del Valle del Cauca	Éxito, Asoc. de Prod. Agroeco., Prod. de VallenPaz

6.1.3 Actores públicos

Aspecto	Actores que lo mencionaron
Monocultivos que ocupan las zonas planas con los suelos más fértiles	UMATA,
Falta de continuidad en los proyectos para el apoyo a la producción	UMATA
Restricciones legales por el uso del suelo: áreas protegidas y reservas forestales	UMATA
Falta de organización entre los pequeños productores y/o entre asociaciones de productores → poco poder de negociación	UMATA
Falta de terreno para agricultura urbana → prioridad a la expansión urbana	UMATA
Acceso al agua en zonas secas o en temporadas de sequía	UMATA

Falta de apoyo en la producción	UMATA, Grupo de Agroecología
- Falta de recursos monetarios para la asistencia técnica ofrecida por la alcaldía (por ejemplo para construir invernaderos y terrazas)	UMATA
- Infraestructura (vías, facilitación de riego, plantas de abono (orgánico))	Grupo de Agroecología
- Estructuras políticas que apoyan a los grandes actores del sistema (los caneros, los carteles de supermercados que dictan los precios de los alimentos)	Grupo de Agroecología
- Ignorancia de la presencia e importancia de los pequeños productores (por ejemplo nunca se ha realizado un inventario de los pequeños productores del Valle del Cauca por falta de voluntad de la Secretaría de Agricultura del Valle)	Grupo de Agroecología
- Falta de voluntad de la gobernación de acercarse a una soberanía alimentaria para el Valle (nunca se realizó un diagnóstico para saber cuántos alimentos faltan para una soberanía alimentaria)	Grupo de Agroecología
-	
-	
Falta de apoyo en la comercialización	Grupo de Agroecología
- Falta de sitios para establecer mercados campesinos → causa dependencia de intermediarios	Grupo de Agroecología

6.1.4 Actores sociales

Aspecto	Actores que lo mencionaron
Monocultivos de caña	VallenPaz, IMCA
- contaminan los suelos y desfavorecen de esta manera los pequeños productores cercanos	VallenPaz
- ocupan los mejores suelos y ubicaciones con buena infraestructura	IMCA
Insuficiente apoyo en la producción:	
- Falta de recursos monetarios	
- Falta de continuidad en los proyectos	CEDECUR
- Falta de conocimiento de los productores acerca de plagas etc.	CEDECUR
- Falta de análisis de suelos	CEDECUR, Asoc. de Prod. de Felidia
- Alto uso de agroquímicos	CEDECUR
Insuficiente apoyo en la comercialización, falta de sitios de venta directa	IMCA, CEDECUR
Falta de organización entre los productores	CEDECUR
En partes, los productores no se animan a mejorar sus condiciones ellos mismos sino que esperan todo el apoyo del gobierno → política paternalista	CEDECUR
Costos de transporte para los productores	IMCA
Alta dependencia de los intermediarios por parte de los pequeños productores	IMCA, CEDECUR

Alto poder de los supermercados: piden grandes volúmenes y pagan tarde (dentro de 1 o 2 semanas); también los programas gubernamentales de los comedores escolares pagaron solo después de 90 días	IMCA, CEDECUR
Situación legal caótica de predio de las galerías, falta de seguridad	OXFAM, CEDECUR
Falta de voluntad de la parte del gobierno en apoyar los productores	IMCA
Alta influencia de grupos de poder (los papeleros, los caneros, los ganaderos) en la política pública, falta de gobernanza continua	IMCA
Falta de consumidores solidarios	IMCA

6.2 Anexo 2. Glosario de actores del sistema de abastecimiento

6.2.1 AfroZorca

AfroZorca es una organización que trabaja con alrededor de 30 asociaciones de campesinos de la zona rural de Cali. Tiene recursos económicos para apoyar proyectos productivos y mejorar la calidad de vida de los campesinos. AfroZorca también colabora con VallenPaz.

6.2.2 CEDECUR

<http://www.cedecur.org/mision-vision.html>

El Centro de Educación e Investigación para el Desarrollo Comunitario Urbano y Rural, CEDECUR, es una Organización de la sociedad civil no gubernamental (ONG), tiene 32 años, sin ánimo de lucro y regida por derecho privado. **Misión**

Contribuir al desarrollo equitativo de la Sociedad Colombiana, a través de la investigación, asesoría, asistencia técnica, interventoría, capacitación y ejecución de programas y proyectos de carácter social, ambiental, productivo y agropecuario, integrales y/o sectoriales con personas y organizaciones, comunidades urbanas y rurales, sustentadas en los componentes de institucionalidad y participación comunitaria.

Actividades en el contexto agropecuario

Asesoría técnica y capacitación a las unidades productivas campesinas y las cadenas agropecuarias urbanas y rurales, para que reciban formación en el manejo de los recursos naturales para el desarrollo de proyectos ambientalmente sostenibles.

Las acciones y proyectos de esta área corresponden a temáticas como:

- Elaboración de planes generales de asistencia técnica – PGAT.
- Fortalecimiento de asociaciones de campesinos.
- Asistencia Técnica Agropecuaria.
- Asesoría en Buenas Prácticas Agrícolas.
- Fortalecimiento de organizaciones campesinas.

6.2.3 Comfandi

Comfandi fue fundado por una iniciativa del estado en los años 1950 como caja de compensación con la función de compensar los trabajadores con servicios adicionales aparte del salario - por ejemplo servicios de educación, de salud, de vivienda, de diversión y también los supermercados. Comfandi es competitivo en la parte de medicamentos, alimentos y también ciertos productos no-alimentos. Comfandi solo existe en el departamento del Valle del Cauca, en total hay 25 sedes de los cuales 12 están ubicadas en Cali. Comfandi posicionó sus supermercados de manera poliestrato desde estrato 1 a 5. Sin embargo, la mayoría de las sedes está en sectores populares. Comfandi tiene diferentes productos y ofertas para poblaciones de bajos recursos: Precios más bajos en unos pocos sectores (precio diferencial), bonos de 50 % del valor de la compra para clientes que están incluidos en la caja de

compensación (son solo ciertos días cuando dan estos bonos), programa “vecino fiel” que permite acumular puntos con los cuales los clientes pueden recibir bonos y ciertos días hay descuentos de 30-40 % en productos básicos como la papa, la cebolla, el tomate, la yuca, la naranja, el limón, la papaya, el aguacate, la manzana o la habichuela.

6.2.4 Éxito

Es una cadena de supermercados que forma parte del Grupo Éxito – el Grupo Éxito une varias cadenas de supermercados, entre ellas están la Carulla, el Super Inter y el Éxito mismo. La cadena del Éxito tiene alrededor de 500 almacenes en toda Colombia y 8 almacenes en Cali. Los almacenes dentro de Cali están ubicados en áreas de todos los estratos excepto el estrato 1. Sin embargo, la clientela del Éxito viene de todos los estratos. El Éxito tiene una estrategia dirigida hacia la mujer pero no tienen un enfoque a cierta clientela/clase económica. Existe una marca, los productos “econo”, que están específicamente diseñados para poblaciones de bajos recursos. Esta línea también incluye productos frescos (frutas y verduras).

(Información de Milton Guerrero, negociador de frutas y verduras del Éxito Cali)

6.2.5 Grupo de investigación en agroecología de la Universidad Nacional sede Palmira

El grupo de investigación en agroecología se formó hace 25 años y desde hace 12 años está catalogado por Colciencias como A³. La Universidad Nacional de Palmira fue pionera en establecer estudios académicos acerca de la agroecología en Colombia. El grupo de investigación trabaja en enseñanza, investigación y extensión. El enfoque de la agroecología es, al contrario de la producción orgánica, integral. Eso quiere decir que no solo se trata de substituir abonos y pesticidas sino que es un concepto holístico y sistémico que también incluye aspectos políticos, como por ejemplo garantizar la soberanía alimentaria. El proceso va desde el control de la semilla, la cosecha, el procesamiento hasta la comercialización.

Los **proyectos** del grupo de agroecología incluyen todos los pasos: el apoyo en la enseñanza, en la **producción**, en la **comercialización**, en la construcción de **certificación** de los productos y en parte también en las políticas públicas. Más concreto, ellos van a diferentes fincas en el Valle y hacen diagnósticos para identificar problemas y limitaciones y posibles soluciones (por ejemplo formas de riego, manejo sostenible de vacas para hacer compost, organizar mercados). Las fincas agroecológicas producen por lo general una gran cantidad de diferentes frutas y hortalizas, siguiendo el concepto agroecológico que incluye sacar provecho de la simbiosis entre diferentes especies. Aparte de esto tuvieron un proyecto enfocado en los servicios ecosistémicos de la agricultura familiar campesina que está enfocado por un lado a ver las fincas agroecológicas como una entidad social/familiar y por otro lado como una entidad que favorece los servicios ecosistémicos como proteger el agua, los suelos, capturar CO2 y otros GEI, fortalecer la presencia de animales silvestres y razas criollas.

El grupo de investigación y la red de mercados agroecológicos elaboraron en un proyecto un sistema participativo de garantía. Se trata de un certificado de confianza (como un sello de

³ Colciencias es la entidad pública que acredita las universidades y carreras académicas, existen diferentes niveles de calificación, la mejor calificación es la A1.

certificación) que garantiza que los productos fueron producidos bajo diferentes principios y cumpliendo ciertas reglas de producción. Aparte de esto apoyaron a ciertos mercados en la comercialización y presentación de los productos – incluyendo la presentación de los productos en las mesas, el diseño de ropa que indica que se trata de productores agroecológicos etc.

Uno de los mercados agroecológicos de referencia es el mercado de Tuluá. Este mercado funciona muy bien y está conformado por 12 productores que tienen un vínculo muy directo con el consumidor.

6.2.6 Instituto Mayor Campesino (IMCA)

http://www.imca.org.co/quienes_somos.php?id_quienes=1

Es una ONG orientada por la Compañía de Jesús y han venido acompañando desde 1962 a las comunidades campesinas más necesitadas del centro del Valle del Cauca, Colombia. En conjunto con diferentes actores sociales e institucionales, contribuyen a la construcción y consolidación de propuestas de vida y proyectos de desarrollo territorial de impacto local, regional y nacional. Tiene un enfoque a la sostenibilidad, tanto ambiental como social. La institución acompaña procesos de formación, planificación investigación, construcción de conocimiento y gestión de la sostenibilidad.

Actualidad. A finales del Siglo XX y principios del Siglo XXI, la agudeza del conflicto armado en el Valle del Cauca afecta directamente las comunidades acompañadas por el IMCA, la respuesta es la construcción de alternativas de vida y de paz en medio del conflicto como una forma de superarlo y de acompañar a las víctimas en sus procesos de resistencia pacífica y a las comunidades desplazadas para su retorno y/o reubicación.

El IMCA apuesta por esa dinámica a través de tres procesos: la consolidación de alternativas productivas de seguridad y soberanía alimentaria y nutricional (abordando la construcción de políticas públicas, autoconsumo y mercadeo alternativo, conservación de recursos genéticos, biodiversidad y el patrimonio hídrico); formación para la sostenibilidad regional (a través de las escuelas de formación campesina a nivel regional y nacional, en convenio con el CINEP y la Fundación San Isidro); y la construcción y fortalecimiento del tejido social y la democracia (donde se promueve el fortalecimiento y la articulación de las organizaciones campesinas en torno a dinámicas regionales y la cualificación de las relaciones interinstitucionales).

En la actualidad, el IMCA en coordinación con la institucionalidad local y apoyados por el proceso de regionalización de la Compañía de Jesús en el Valle del Cauca, acompaña el Programa de Gestión Participativa de la Sostenibilidad Local y Regional. Desde el Programa de Sostenibilidad Local y Regional se ponen en práctica las estrategias de formación continua con énfasis en Participación y cultura política; planificación territorial participativa para la formulación de Planes de Vida, Planes de Desarrollo Municipal, conformación y renovación de Consejos Territoriales de Planeación, Concejos Municipales de Desarrollo Rural, Comités Interinstitucionales de Educación, entre otros; Gestión de proyectos, donde nos jugamos el mejoramiento de la calidad de vida de familias y comunidades en la gestión, ejecución, seguimiento y evaluación de proyectos locales y regionales de sostenibilidad. Finalmente, la

investigación y sistematización del proceso se realiza en coordinación con la academia, de tal manera que se pueda aportar la experiencia a otros actores, sectores y regiones.

6.2.7 OXFAM

Es una confederación internacional no gubernamental, compuesta por 17 organizaciones que trabajan junto a organizaciones socias y comunidades locales en más de 90 países, proporcionando ayuda de emergencia, llevando a cabo proyectos de desarrollo a largo plazo y haciendo campaña por un futuro más justo. El objetivo es restablecer el equilibrio para que las personas tengan acceso a recursos necesarios para mejorar sus vidas y medios de subsistencia, y para que puedan participar en la toma de las decisiones que afectan a sus vidas. Las áreas de trabajo son las siguientes: derecho a ser escuchadas - alzar la voz para decidir, derechos de la mujer, desigualdad y servicios sociales básicos, recursos naturales, salvar vidas, sistemas alimentarios sostenibles: Trabajan para conseguir que las pequeñas explotaciones sean más rentables formando a los productores locales para que puedan aplicar nuevas técnicas de cultivo más sostenibles. Ayudan a los agricultores y agricultoras a adaptarse a los efectos del cambio climático y a asegurar y proteger su acceso a la tierra.

En Colombia han desarrollado proyectos de investigación en convenio con la Universidad Nacional “Seguridad alimentaria, Políticas y nuevos modelos de negocios entre pequeños productores y mercados en tres contexto de América Latina” 2011.

6.2.8 PASTORAL SOCIAL

Es un organismo de la iglesia católica que realiza acciones de asistencia social, promoción integral de las personas y las comunidades; se enfoca primordialmente a favorecer a los sectores más vulnerables de la ciudad. En la ciudad se encargan de la asistencia y seguimiento de 23 comedores comunitarios y de garantizar la disponibilidad de alimentos provenientes de donaciones y del banco de alimentos.

6.2.9 Sociedad de Agricultores y Ganaderos (SAG)

<http://www.sagvalle.org/index.php>

Es una entidad sin ánimo de lucro que representa y agremia a los agricultores y ganaderos del Valle del Cauca, **participa en la definición de la política agropecuaria a nivel regional y nacional**, presta servicios **de asistencia técnica agropecuaria** de manera integral con proyección a nivel nacional e internacional; brindando un acompañamiento en la formulación, gestión y administración de proyectos, a través de talento humano idóneo y capaz, con tecnología de información actualizada para ofrecer a todos sus asociados un servicio de alta calidad, en busca del crecimiento y consolidación del gremio, y una generación de ingresos apropiada para la autosostenibilidad de la organización.

Sus objetivos, entre otros, son identificar y promover negocios agroempresariales, identificar las oportunidades de inversión, propiciar negocios (crear conciencia exportadora), promover proyectos agroindustriales y obtener y difundir información. Aparte de esto quieren participar en las decisiones y la formulación de **políticas** del sector a nivel nacional y regional, liderar la vocería del sector, propiciar espacios de concertación y conciliación entre los diferentes actores de la actividad productiva y el Lobbying. Actualmente tienen 48 miembros afiliados.

6.2.10 Super Inter

Es una cadena de supermercados en Colombia que tiene 26 almacenes en el Valle del Cauca y 26 almacenes en la zona cafetera. El Super Inter fue en gran partes comprado por el Grupo Éxito en el año 2014. Dentro de Cali tienen almacenes en el Norte, en el Centro y en el Sur pero no hay almacenes en el Distrito de Agua Blanca y ni en la zona ladera. La oferta del Super Inter se dirige a todo tipo de clientela, sin embargo los almacenes están ubicados principalmente en barrios de estrato 1 y 2. No tienen una línea de productos que fue diseñada específicamente para poblaciones de bajos recursos pero cada fin de semana hay un descuento del 20 % en ciertos cítricos y verduras.

6.2.11 UMATA

Unidad de asistencia Técnica Agropecuaria es un eje temático de la Secretaría de Desarrollo Territorial y Bienestar Social, tiene como labor generar acciones tendientes a mejorar, orientar, apoyar y fortalecer las actividades productivas de los pequeños y medianos productores de los corregimientos del Municipio de Santiago de Cali en asuntos de aptitud de los suelos, selección del tipo de actividad agrícola, aplicación y uso de tecnologías y recursos, mercadeo, promoción de la organización de los productores, entre otros, a través de la asistencia técnica directa rural, conforme lo definido en la ley 607 de 2000.

Realizan un trabajo dedicado y constante con los pequeños productores de los diferentes corregimientos de Cali, sin embargo los recursos para la ejecución de sus propuestas son limitados.

6.2.12 VALLE EN PAZ

Es una corporación privada sin ánimo de lucro dedicada a incentivar el desarrollo humano y socioeconómico de los pequeños agricultores de las regiones más azotadas por el conflicto armado, en el suroccidente colombiano. Fue creada en enero de 2000 y actualmente tiene cerca de 800 miembros de las más diversas procedencias: empresas, iglesias, universidades, ONG, entidades privadas y gubernamentales, además de ciudadanos de todas las etnias que viven en su zona de influencia. Para su operación, VallenPaz moviliza recursos del sector público, de la empresa privada y de cooperantes internacionales, con una inversión total 18.6 millones de dólares, en 10 años. Estos son los recursos con los que ha financiado la totalidad de sus intervenciones en el suroccidente colombiano, brindando acompañamiento a 8876 familias.

La metodología de intervención que utiliza VallenPaz ha definido líneas de acción que agrupan las actividades que dan contenido al trabajo de acompañamiento a las familias rurales: Organización social, Empresarial; Seguridad alimentaria; Productiva; Infraestructura productiva y riego; Comercial; Cultura de Paz y derechos humanos. VallenPaz realiza programas en 31 municipios de los departamentos del Valle del Cauca, del Cauca, Nariño y Risaralda. En el Valle del Cauca interviene las zonas rurales de los municipios de Palmira, Pradera, Cerrito, Florida, Jamundí, Dagua, Buenaventura y en la zona rural de Cali.

6.3 Anexo 3. Precio del tomate Cali y Colombia

